

AgroRevenda

A Plataforma de Conteúdo da Distribuição Agro



AGRI CONNECTION



Flávio Mata, Evaldo Carvalho e Daniel Dias, sócios-fundadores da AgriConnection.

AgriConnection 2030

Empresa fatura R\$ 1,5 bilhão no terceiro ano de vida, conecta indústria mundial à lavoura brasileira e se prepara para liderar o setor em sete anos



Ranking 2023
As 10 maiores Cooperativas do Agro Brasileiro



Entrevista
Rattan Lal, Prêmio Nobel da Paz



Homenagem
Alysson Paolinelli, um legado para o Agro



AgroRevenda É 100! É o veículo da Distribuição Brasil



CONTRATE CRÉDITO RURAL
E CONCORRA A

3 tratores 0km

A cada **R\$ 10 mil** em operações
contratadas, você já concorre.



Saiba como
participar.



Crédito sujeito a aprovação, enquadramento técnico e demais condições dos produtos. Válido para operações de Crédito Rural (RO/RI/CPR) e/ou BNDES Agropecuario e/ou Multicrédito (limite guarda-chuva). Promoção válida de 1/08/2023 a 15/11/2024. Consulte condições de participação e regulamento completo em <https://banco.bradesco/promocaoagro>. Certificado de Autorização SRE/ME nº 04.0282827/2023. Fone Fácil Bradesco-4002.0022/0800.570.0022. SAC- Alô Bradesco-0800.704.8383. SAC- Deficiência Auditiva ou de Falas-0800.727.9933. Ouvidoria: 0800.727.0099. Fotos meramente ilustrativas.

Entre nós,
você vem primeiro.



bradesco



20



67



79

entrevista	8	prateleira	110
Rattan Lal, Prêmio Nobel da Paz		Manejo biológico eleva produtividade do trigo	
linha do tempo	13	seguro	111
Uma estrada de dezoito anos que chega à edição 100		Seguro Agrícola: por que você precisa dele?!	
capa	20	sanidade	112
AgriConnection 2030		Vacinar é tudo!	
conacredi	52	tendência	114
Conacredi Agro 2023 será realizado em novembro		Você já conhece o novo consumidor?	
bioinsumos	54	território	118
Mercado de bioinsumos movimenta R\$ 3,3 bilhões		A inteligência e a gestão territorial!	
política tributária	56	fertilizantes	120
Agronegócio avalia Reforma Tributária		Fertilizantes especiais crescem 33,2%	
economia	60	distribuição	124
A polêmica taxa de juros do Brasil!		Os Grandes da Distribuição Brasil!	
homenagem	64	nutrição animal	131
O Agro é Alysson Paolinelli!		Alimentação animal	
Falando de Bichos	67	expansão	132
Tudo de Pet. Tudo de Bom.		Be8 vai investir R\$ 1,5 bilhão em nova esmagadora de soja	
markestrat distribuição	74	business	134
Ontem, Hoje e o Amanhã da Distribuição de Insumos		Welles Pascoal retorna ao cargo de CEO do AgroGalaxy	
markestrat profissional de vendas	76	espaço ESSERE	139
Evolução e futuro do desenvolvimento das equipes		Marca 'Experiência ESSERE'	
AgroCooperativas	79	espaço Bradesco	140
As 10 maiores Cooperativas do Agro Brasileiro		Bradesco lança Plataforma E-agro	
artigo	98	por onde andamos	142
IA impulsiona inovação no campo		Eventos e encontros do Agronegócio Brasileiro	
eventos	100	o que vem na próxima AgroRevenda	146
A 17ª Bahia Farm foi show!		AgroRevenda e ANDAV	
meio ambiente	108		
O campo está limpo de 974,1 mil toneladas de CO ²			



EUROCHEM



Da mina à mesa, comprometidos com uma agricultura sustentável

Acreditamos e investimos na agricultura brasileira, oferecendo uma linha completa de soluções nutricionais que auxiliam a manter a fertilidade dos solos, garantindo a sustentabilidade desta e das futuras gerações.



Produzimos
Nitrogênio,
Fósforo e
Potássio



Presente
em mais de
100 países



Soluções
nutricionais
para todas
as culturas



Linha completa de soluções nutricionais



Fertilizantes solúveis em água, para uma fertirrigação com máxima eficiência na nutrição e no uso da água.

Fertilizante fosfatado com todos os nutrientes em um único grânulo: Nitrogênio, Fósforo, Enxofre, Boro e Zinco.

Fertilizante nitrogenado de alta eficiência e versatilidade. Nitrogênio em duas fontes (nitríca e amoniacal).

Balanço ideal de Nitrogênio e Potássio de alto desempenho no mesmo grânulo. Promove o crescimento ideal das plantas.

Ureia protegida, com inibidores de urease. Reduz as perdas por volatilização.

NPK com todos os nutrientes no mesmo grânulo. Disponível em diversas formulações.

Fertilizantes convencionais e misturas físicas que geram soluções nutricionais completas e personalizadas.

eurochemfto.com.br



JULIO CESAR PEREIRA DA SILVA / PUBLIQUE BANCO DE IMAGENS

Olá!

O Brasil está concluindo a colheita da safra de inverno deste ano. E fechou o balanço da Safra de Verão 2022 - 2023: 317 milhões de toneladas de grãos.

Na verdade, nosso país produz mais de um bilhão de toneladas de produtos agropecuários se somarmos cana-de-açúcar, carnes, madeira, algodão, frutas, verduras, legumes.

Grande parte deste sucesso deve-se ao bom trabalho feito pela cadeia produtiva. E uma palavra resume como nenhuma outra tamanha competência.

Conexão. Chave para garantir insumo agrícola no Campo. Produzido no planeta inteiro. Mais rápido, mais barato, com qualidade e assistência técnica permanente.

Uma fórmula utilizada com excelência pela empresa AgriConnection, em apenas três anos e meio de atuação. É o assunto de capa desta edição especial da Revista AgroRevenda. A AgriConnection é 10!

A **Revista AgroRevenda** é número 100!

Boa leitura!

Riba Velasco
EDITOR

AgroRevenda

A Plataforma de Informação do Setor

PUBLISHER: Carlos Alberto da Silva | MTb 20.330
carlos@publique.com
(11) 9.9105.2030

EDITOR: Riba Velasco | MTb 2.368

REPORTAGENS: Riba Velasco | MTb 2.368
riba@publique.com
(11) 9.7083.7862

REDAÇÃO AGROCOOPERATIVAS E FALANDO DE BICHOS: Roberto José Francisco
roberto@publique.com
(43) 9.9914.5485

AGRO JORNALISTAS Márcia Benevenuto
marcia@publique.com
(34) 9.9186.9028

Mylene Abud
mylene@publique.com
(11) 9.9595.3213

AGRO JORNALISTA E APRESENTADORA: Ana Flávia Lourenço
ana@publique.com
(34) 9.8879.1373

AGRO DIRETOR DE CRIAÇÃO: Gutche Alborgheti
gutche@publique.com
(11) 9.9108.0856

AGRO WEBDESIGNER: José Leandro Arnaldi
leandro@publique.com
(11) 9.9413.2394

AGRO DESIGNERS: Sabrina Costa
sabrina@publique.com
(16) 9.9143.9019

Thainá de Almeida
thaina@publique.com
(15) 9.9179.3705

AGRO GESTORES DE VENDAS: Paulo Bonanni
comercial@agorevenda.com.br
(11) 9.9402.7078

Patrícia Opik
patricia@publique.com
(11) 9.9624.3377

Vinicius Godoy
vinicius@publique.com
(16) 9.9782.1612

Viviane Romão
viviane@publique.com
(11) 9.4521.4027

Renato Leite Jr.
renato@publique.com
(11) 9.9572.9859

AGRO GESTORA DE CONTAS: Priscila Pontes
priscila@publique.com
(11) 9.9382.1999

AGRO GESTOR AUDIOVISUAL: Cairo Rodrigues
cairo@publique.com
(11) 9.8905.3928

AGRO GESTORA DIGITAL: Nataly Oliveira
nataly@publique.com
(11) 9.7081.0561

AGRO SOCIAL MEDIA: Felipe Rodrigues
felipe@publique.com
(11) 9.7082.6508

AGRO EDITORES DE VÍDEOS: Anna Marques
amarques@publique.com
(34) 9.9232.9645

Fany Michel
fany@publique.com
(34) 9.9811.0335

Julio Cesar Pereira da Silva
julio@publique.com
(11) 9.6156.1702

Pedro Morais Della-Sávia
pedro@publique.com
(83) 9.9607.5050

AGRO EDITOR DE PODCAST: Eder Inacio
eder@publique.com
(11) 9.9308.1922

AGRO ESTAGIÁRIO: João Bonanni
joao@publique.com
(15) 9.9629.5158

AGRO ATENDIMENTO BANCO DE IMAGENS, EVENTOS E MÍDIAS TRADICIONAIS: Paulo Bonanni
porangaba@publique.com
(11) 9.9402.7078

AGRO ADMINISTRATIVO, FINANCEIRO E RH: Adriana Bonanni
financieiro@publique.com
(11) 9.9381.4488

FOTOS SEÇÃO POR ONDE ANDAMOS: Publique Banco de Imagens

IMPRESSÃO: ANS Gráfica e Embalagens

DISTRIBUIÇÃO DIRIGIDA: A AgroRevenda é uma publicação customizada do Grupo Publique, dirigida a proprietários, gerentes, balconistas de revendas agropecuárias e cooperativas. ISSN 1808-4869. A AgroRevenda está matriculada sob nº 497629 no 4º Registro de Títulos e Documentos e Civil de Pessoa Jurídica, conforme a Lei de Imprensa e Lei de Registros Públicos.

ADMINISTRAÇÃO: Caixa Postal 85 - CEP 18260-000
Estrada Municipal Bairro dos Mirandas, s/n
Porangaba, SP - Brasil - (11) 3090.5963
www.publique.com - publique@publique.com
www.agorevenda.com.br
agorevenda@agorevenda.com.br

www.agorevenda.com.br



PRESIDENTE E FUNDADOR: Carlos Alberto da Silva

www.publique.com



O potencial máximo do seu solo

Os produtos Viter para preparo do solo atendem e favorecem o crescimento das raízes e, com isso, melhoram a produtividade da lavoura.



A marca agro da Votorantim Cimentos.



A qualidade da primeira etapa reflete na produtividade final. Corrija seu solo com o tradicional calcário agrícola da Viter e garanta as condições ideais para a sua plantação.

Correção e nutrição imediata para seu solo. Utilize o Óxido de Cálcio com altos teores de Cálcio (Ca) e Magnésio (Mg) que corrige e nutre o solo com ação imediata, podendo ser aplicado pré, pós e cobertura.

Proteção solar e repelência de psilídeos para folhas e frutos de diversas culturas. Agregue valor à sua produção com a aplicação do Sungard.

Saiba mais:
viteragro.com.br



Mistura industrial e homogênea de Calcário e Gesso oferece ao solo Cálcio (Ca), Magnésio (Mg) e Enxofre (S) em uma única aplicação e otimiza a gestão operacional e logística.



entrevista

Rattan Lal



Rattan Lal, Prêmio Nobel da Paz

Ele costuma causar calafrios quando roda o planeta falando sobre Agricultura e Pecuária para leigos e profissionais do agronegócio internacional. Defende a preservação do meio ambiente ancestral com a fé de um pregador religioso. “O solo natural é sagrado e tem direitos como qualquer ser humano”, afirma categoricamente. Ninguém duvida da importância de cuidar das placas que boiam sobre um infinito de calda fervente, o magma, e que chamamos de solo firme. São apenas um quarto de toda a Terra. E boa parte é de desertos escaldantes e gelo sólido. Para plantar e colher, não temos mais do que 9%. 9% para preservarmos. 9% para alimentarmos dez bilhões de bocas em 2050. E ainda produzir energia, celulose, combustíveis biológicos, produtos que levam conforto e saúde para todos os habitantes.

“Ele não entende que não há como produzir tanto sem promover um certo desgaste dos recursos”, criticam os mais céticos. É aí que mora a encruzilhada da sustentabilidade e eficiência. Promover os dois desafios é unânime. Só falta combinar com as duas torcidas. Para o cientista Rattan Lal, Prêmio Nobel da Paz em 2007 (como integrante do Painel Intergovernamental para as Alterações Climáticas, ao lado de Al Gore e outros) e Prêmio The World Food Prize em 2020. Mas também para cada integrante da cadeia produtiva do agronegócio internacional, cujo objetivo é manter os seres VIVOS. Sejam

“ Destruir o solo é
destruir a civilização!”

insetos, nematóides, fungos ou humanos. Qual a velocidade adequada para essas duas jornadas? A resposta não é tão enigmática.

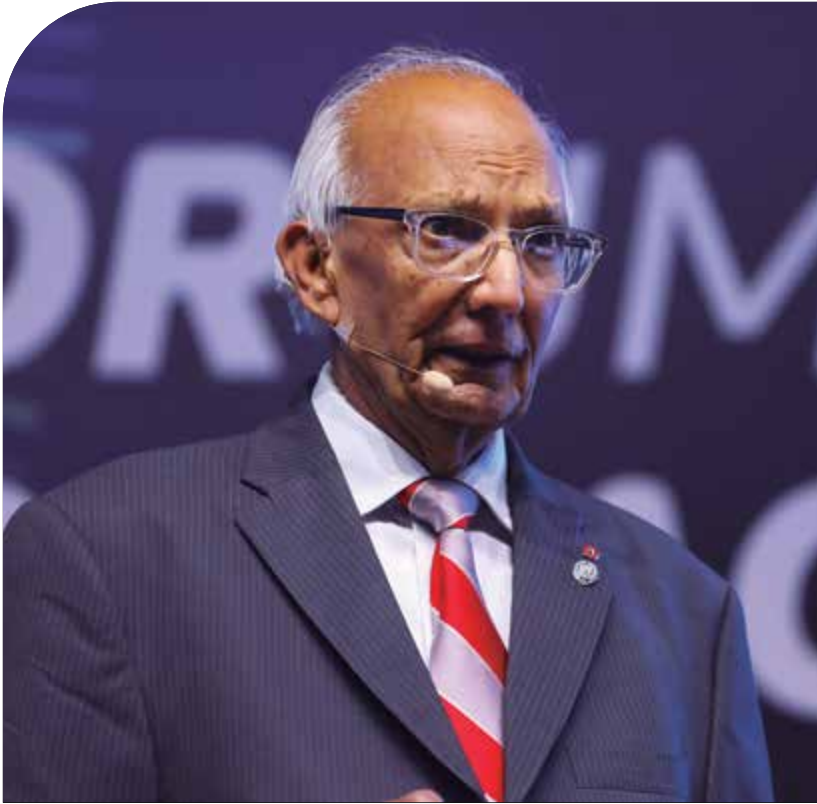
Rattan Lal já presidiu a União Internacional da Ciência do Solo (IUSS). É honrado sem parar por desenvolver e integrar uma abordagem centrada no solo para aumentar a produção de alimentos enquanto restaura e conserva os recursos naturais e mitiga as mudanças climáticas. O World Food Prize é o principal reconhecimento mundial das conquistas de indivíduos que promovem o desenvolvimento humano melhorando a qualidade, quantidade ou disponibilidade de alimentos. Concedida pela World Food Prize Foundation, criada por Norman Borlaug, vencedor do Prêmio Nobel da Paz de 1970, homem que ajudou a vencer a fome no século 20. Rattan tem carreira de mais de cinco décadas e em quatro continentes. Promoveu técnicas inovadoras de economia de solo, beneficiando os meios de subsistência de mais de 500 milhões de pequenos agricultores, melhorando a segurança alimentar e nutricional de mais de dois bilhões de pessoas e economizando centenas de milhões de hectares de ecossistemas tropicais naturais. Ele nasceu na Índia, é naturalizado americano e atualmente é

professor emérito da Universidade de Ohio. Presidiu o 21º Congresso Mundial de Ciências do Solo no Rio de Janeiro, há cinco anos.

Em junho passado, participou do One Agro 2023, evento promovido pela Syn-genta, e deixou muita gente tonta com números difíceis de entender sobre quantidade de carbono, matemática química e megatons de sequestro de gases e estoque de nutrientes nas lavouras. Mas foi direto ao defender a integridade do Campo como única forma de fomentar a produção de alimentos de forma a atender os bilhões de habitantes que vão nascer nas próximas décadas. Ouvir Rattan Lal é, antes de tudo, um inteligente sinal de alerta. Acompanhe.

AgroRevenda - Como é falar para o público agro do Brasil?

Rattan Lal - Eu sou um professor. Nas minhas aulas, tenho 20, 30 alunos. Ver um público tão gigantesco foi maravilhoso. O Brasil traz uma história de grande sucesso agrônomo. A revolução agrícola promovida na região do Cerrado foi um milagre. Um dos maiores fenômenos já empreendidos no mundo. Importante evento da história mundial moderna. E tenho certeza de que o país vai ser fundamental para garantir a segurança alimentar com o cuidado necessário ao meio ambiente.



AgroRevenda - Como imagina ser essa participação?

Rattan Lal - O Brasil é uma potência que cresce desde os anos 1960. De 36 produtos agrícolas no planeta, o Brasil quadruplicou a produção nas últimas décadas. Soja, açúcar, algodão, milho, cana, etc. E a produção mundial precisa aumentar para dar comida a 2,3 bilhões de pessoas que vão nascer nos próximos 27 anos. Vocês vão contribuir bastante, mas podem ainda mais. Outra região com potencial é a África Subsaariana. O Brasil pode transferir tecnologia para essas regiões, semelhantes às utilizadas na transformação do Cerrado. O país tem ainda outras histórias de sucesso. Se compararmos o Brasil e os Estados Unidos, de 1961 a 2020, vocês foram bem mais eficientes. O potencial brasileiro é muito grande.

AgroRevenda - O Brasil tem tarefas a cumprir em sustentabilidade?

Rattan Lal - A produção brasileira é enorme, cresce, e isso é muito bom

pelo lado econômico. E ainda tem a soja sendo usada para o biodiesel. Mas o país também sofre com problemas na distribuição de água e pode haver uma transformação alimentar saudável a ser repensada. Já afirmei que o país é o maior exportador do agro mundial, vai ter um papel cada vez mais importante, mas pode indagar a si mesmo: o que poderia fazer melhor no século 21? Como ser uma nação ainda mais amigável ao meio ambiente? Como cuidar melhor do solo, ecologicamente dizendo. Precisamos devolver terras para a natureza e o Brasil vai ser líder disso. Tem condições. E ainda ajudar os outros países da América do Sul nessa tarefa.

AgroRevenda - Afinal, o que 'pega' quando o assunto é produzir comida e ser sustentável ao mesmo tempo?

Rattan Lal - Quando a agricultura começou, há dez mil anos, tínhamos um estoque de carbono na atmosfera. Hoje, essa concentração é muito maior se comparado ao passado por tudo o que vem da

agricultura e da queima dos combustíveis fósseis. Coisa de mais de 500 gigatons. É um desequilíbrio enorme.

AgroRevenda - Podemos mudar esse cenário?

Rattan Lal - O objetivo da agricultura de baixo carbono é simples: remover o excesso de carbono da atmosfera e armazená-lo no solo. Aliado a isso, possibilita o melhor crescimento e o desenvolvimento de plantas, benefícios atrelados à sustentabilidade. O agronegócio aumenta a emissão a cada ano que passa. Porém, podemos devolver isso à terra. A Revolução Verde foi afortunada por aumentar a quantidade de alimentos produzidos para uma população que hoje está em oito bilhões de pessoas. Graças ao uso de fósforo, nitrogênio, fertilizantes, pesticidas e irrigação. 40% de todos os recursos foram utilizados na agricultura. O resto para os rebanhos. São milhões e milhões de hectares. Entretanto, temos problemas e eles precisam ser enfrentados. Como as erosões provocadas por grandes áreas de produção. Isso precisa ser resolvido. Temos ainda o clima sendo afetado, a deficiência de água. A ONU (Organização das Nações Unidas) já vem discutindo há tempos a transformação dos sistemas alimentares. Congressos procurando soluções para combater as mudanças climáticas globais. E atingir níveis concretos de sustentabilidade.

AgroRevenda - Qual a nova 'Revolução Verde'?

Rattan Lal - Neste século 21, deve ser aquela baseada não em insumos agrícolas, mas em resiliência do solo, eco eficiência, ciência e gestão. Agricultura regenerativa, agroecologia, integração Lavoura – Pecuária - Floresta, fertirrigação por gotejamento, agricultura de precisão e digital, uso de inteligência artificial, drones e robôs, bem como práticas de captura de carbono.

AgroRevenda - Por que o carbono é tão chave para a saúde do planeta?

Rattan Lal - Porque precisamos saber o que fazer com ele na atmosfera. São 750 mil gigatoneladas. E diversos tipos de impacto. Carbono cinza na atmosfera. Que está aumentando para o carbono vermelho por causa dos combustíveis fósseis. Ainda existem o carbono preto, o marrom e o azul. Agentes orgânicos que se misturam na atmosfera. E ainda o carbono branco no solo, que é orgânico. Em regiões áridas e semiáridas, temos o carbono preto na atmosfera. Todos esses tipos de carbono estão misturados, alterando a formação natural do ambiente. Agora, temos o carbono verde, da Agricultura, que é a chave para a resolução do problema.

AgroRevenda - Mas como diminuir essa emissão se ainda há gente passando fome no mundo?

Rattan Lal - Perfeito. Uma em cada sete pessoas não tem comida. Sem falar que muita gente come mal. E ainda vamos precisar de mais alimentos para 2050. Mas, veja, já produzimos hoje o suficiente para abastecer dez bilhões de pessoas. O problema é que 30%



desse total produzido são perdidos. Temos que diminuir esse desperdício. A questão é a distribuição. E melhorar a dieta, passarmos a base para as plantas. Temos abundância, mas isso não é garantia. E a vítima é a terra. Temos que restaurá-la e deixar que a natureza faça a sua parte.

AgroRevenda - Como?

Rattan Lal - Produzir mais comida com menos terra, água, energia e emissão de gases. E levar parte de tudo para a natureza. É o objetivo final para este século, o futuro da nossa agricultura. É promissor. Diminuir a emissão de carbono até 2050. Diminuir as pegadas de carbono para que a agricultura seja a solução na diminuição da poluição. Conversação, regeneração, agroecologia, agroflorestamento, integração, práticas positivas de solo, menos pesticidas, irrigação de gotejamento e não de aspersão, precisão na agricultura, inteligência artificial, robótica, drones e

agricultura do carbono. Fazer do carbono uma commodities. Carbono tem que ser tratado como commodities. Aumentando no solo, negociando, para que o produtor tenha uma renda com ele. É o futuro das lavouras. E o preço vai ser o valor do carbono. 130 dólares a toneladas e anda ter um crédito de 35 dólares por tonelada adicional.

AgroRevenda - E quando esse dinheiro vai entrar no bolso do agricultor?

Rattan Lal - Quando devemos pagar? Quando tivermos convertido parte da agricultura para o novo sistema. E o pagamento deve ser justo. A cooperação do setor privado é muito importante nesse momento. Para combater a pobreza, a fome, ter saneamento, combater as mudanças climáticas, lutar pela vida e pela terra. São os assuntos críticos para as corporações e os governos. Eles precisam trabalhar juntos. E aproveito para dizer que parablenizo as empresas que tomam essa iniciativa, como a Syngenta. Promovendo a agricul-

“ Assim como temos direitos humanos, precisamos ter direitos da natureza. Não é porque o homem é dono da terra que ele pode destruí-la. O solo tem direitos”.



tura positiva, aumentando o acesso aos insumos, os investimentos em agricultura, pesquisa e desenvolvimento.

AgroRevenda - Que sugestões práticas você daria para a cadeia produtiva?

Rattan Lal - Sei que é necessário produzir mais com menos. Melhorar a produtividade, mas também a biodiversidade. Manter a qualidade da água e usar menos. Energizar o relacionamento do ser humano com a vida selvagem. Usar menos fertilizantes. Diminuir pela metade a área plantada e quase duplicar a área irrigada. Conservar a agricultura e diminuir a área de pastagem, com intensificação. Mesmo assim, é provado que a produção global de cereais pode ser dobrada graças às tecnologias.

AgroRevenda - Os países, os administradores e legisladores públicos, podem ajudar nesta tarefa?

Rattan Lal - É mandatório. O mundo precisa de leis que protejam o ar e a agricultura. Precisamos de saúde, uma dieta saudável, pessoas saudáveis,

planeta saudável. O próprio Brasil pode mostrar ao mundo como fazer essa agricultura saudável. Encontrar um caminho sustentável. Agricultura sustentável é aquela que produz alimentos saudáveis, que cuida do meio ambiente e reduz as emissões. Usamos pouquíssima energia solar para produzirmos comida. Entendam que o carbono na atmosfera está em nossas mãos. Vamos trabalhar com vegetação nativa, florestas, estoques não destruídos, controlar a erosão. Podemos ter sucesso em 25 anos. Devolver tudo para o solo.

AgroRevenda O que é o solo?

Rattan Lal - É a morada do carbono. O solo é como uma conta bancária. Se quisermos carbono, assim como dinheiro no banco, precisamos colocar mais carbono no solo. Evitar as perdas, a desertificação, decomposição, lixiviação. Precisamos renovar e aumentar nossos aportes.

AgroRevenda - Que experiências práticas você já realizou envolvendo esse tema?

Rattan Lal - Participei de experimentos na África, em 1972, e tirei fotos quinze anos depois. De um lado, usamos resíduo de trigo transformado em húmus por transformação bioquímica. Do outro, com a mesma variedade, jogamos fertilizantes e outros insumos. O resultado foi um solo praticamente morto de um lado, sem resposta. De outro, uma lavoura mais sadia e produtiva. Graças ao que pudemos reter no solo.

AgroRevenda - O que o resultado quer dizer?

Rattan Lal - Que a biota do solo é a máquina da Terra. Temos que saber o que estamos tirando do solo. E eliminar todos os cultivos que tratam de arar a terra. Caso contrário, vamos jogar fora uma montanha de herbicidas, inseticidas. E eles demandam demais em relação a carbono.

AgroRevenda - O que é a agricultura sustentável?

Rattan Lal - Basta olhar para a planta. Ela dá sinais de estresse. Ela se relaciona com a biomassa. Temos problemas radiculares, perda de profundidade, temos que acoplar à pecuária, manter a alimentação de minerais pela planta. Manejar o solo, com menos doenças.

AgroRevenda - O que é a Agricultura para Rattan Lal?

Rattan Lal - Eu penso na Humanidade. Homo vem de húmus, que é a matéria orgânica depositada no solo. A origem da vida. Na religião judaica. No cristianismo, o solo, a terra, é Adama. No grego, a deusa da lei é Gaea, a terra. No romano, a mãe terra é Ceres. Todas as vidas do planeta dependem do solo. E a Riosfera é a região do solo onde as raízes das plantas crescem e conseguem água, sais minerais e nutrientes. Onde também estabelecem relações com as raízes de outros vegetais e microorganismos, como bactérias e fungos. É o único lugar onde a morte dá origem à vida. Assim como temos direitos humanos, precisamos ter direitos da natureza. Não é porque o homem é dono da terra que ele pode destruí-la. O solo tem direitos. Destruir o solo é destruir a civilização. É como a guerra. Temos que curar a natureza assim como curamos as pessoas. Parem com essa guerra agora! É o meu pedido.

AgroRevenda - E mais?

Rattan Lal - Temos que produzirmos doze vezes mais alimentos. Temos que envolver todo mundo na pegada de carbono e no desenvolvimento sustentável. Sociedade, empresas, agricultores, pecuaristas. Levar o carbono ao conceito do NPK. A ONU está trabalhando, estamos progredindo. Mas temos que avançar muito mais nas metas. O solo não está aparecendo nessas metas. Temos que adicionar essa palavra ao nosso dicionário cotidiano definitivamente. **AR**

AgroRevenda.

Uma estrada de dezoito anos que chega à edição número 100. E não para.

É o maior nome editorial da distribuição de insumos agrícolas e pecuários do Brasil. A Revista AgroRevenda nasceu em 2005, trazendo na capa como grande destaque o perigo dos produtos piratas, que causavam US\$ 100 milhões de prejuízos e refletindo como as revendas têm papel fundamental no com-

bate a esse crime. E ainda uma entrevista com o jovem Henrique Mazotini, Presidente Executivo da Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Pecuários (ANDAV) da época. Falando sobre os desafios da também jovem entidade, fundada em 1990 por um pequeno grupo de varejistas do segmento.

Uma caminhada de dezoito anos. Que chega à edição de número 100. Publicação da Plataforma AgroRevenda, um dos negócios de conteúdo do Grupo Publique, empresa que completa em setembro 35 anos de Comunicação no Agro Brasil e Mundial. Acompanhando, mostrando e desta-

cando uma safra de grãos de mais de 315 milhões de toneladas. Mais de um bilhão de toneladas se somarmos cana-de-açúcar, madeira, frutas, legumes, verduras, celulose e algodão. Força responsável por um Produto Interno Bruto (PIB) de mais de um trilhão de reais, respondendo por quase 25% do PIB nacional. A Revista AgroRevenda chega às mãos dos comandantes das maiores revendas de insumos agropecuários e dos executivos das indústrias mais representativas do segmento em nosso país e no exterior. Além dos maiores eventos do setor, em qualquer local do planeta. A AR é Presença Total no Agro!



Os primeiros anos...

2005

Nasce a Revista Agrovevenda em março/abril de 2005, trazendo na capa como grande destaque o perigo dos produtos piratas, que causavam US\$ 100 milhões de prejuízos e refletindo como as revendas tem papel fundamental no combate. Esse crime. A entrevista daquela edição trazia o jovem Henrique Mazotini, então Presidente Executivo da Andav, que discorria sobre os desafios da também jovem entidade, fundada em 1990, por um pequeno Grupo de revendas do segmento!

No Ano I, foi um total de 5 edições!

AR01



AR10



A edição nº10, de setembro/outubro de 2005, conclamava todos os revendedores para a atenção com a vacina da febre aftosa, ressaltando os ganhos que poderiam ser obtidos pelos lojistas sem deixar de lado as obrigações dos empresários. Na seção loja moderna, destaque para o trabalho da rede Alvorada, que à época crescia de Dourados para mais 4 lojas, em Campo Grande, Três Lagoas, Goiânia e Cuiabá.

2007

O ano III fechava com a edição 17 chamando atenção para o Profissional de Vendas.

AR17



2006

O ano II fechava com a edição 11 trazendo em sua capa um importante questionamento aos donos de lojas!

AR11



Já na entrevista, o destaque era para o então Gerente Geral da Purina no Brasil, Wilson Simon.

2009

O destaque do ano V é a publicação do robusto Guia AgroRevenda trazendo informações dos 500 maiores fornecedores das AgroRevendas.



AR24

2010

Já no ano VI, o destaque vai para o crescimento do Guia AgroRevenda que está estampado na capa da edição nº30.



AR30



AR20



AR18



O ano IV começa com uma reflexão sobre as forças de 2008, com os desafios e oportunidades para os revendedores.

2008

A edição nº20 mostrou o novo conceito de feiras de negócios entre fabricantes e lojistas: a Expo AgroRevenda.

AR35



A edição 35 destaca na capa o trabalho inovador da Agro Amazônia, com depoimento do então sócio diretor e ainda hoje Presidente e CEO da Companhia, Roberto Mota.



Já na entrevista da mesma edição, destaque para o jovem diretor da SIAGRI, Carlos Barbosa, que hoje se transformou em Presidente da Aliare, a sucessora da SIAGRI após a fusão com a Datacooper!

Mais que uma Revista, uma Plataforma

2011

Na transição do ano VI para o ano VII, destaque para o constante crescimento do Guia AgroRevenda



AR36



AR37

E o ano VII começa com o Grupo Publique adquirindo da Revista AgroRevenda em abril de 2011. Um novo ciclo iria começar!

2013

Capa da edição nº50! Julho de 2013. A Multinacional brasileira já mostrava suas garras. Era o ano IX da Revista.



AR50



AR40

Edição nº40 foca em como a pecuária verde muda o cenário do setor. Ainda vigorava o ano VII da Revista.

2014

Edição 60 mostrava como o treinamento e a capacitação profissional davam as cartas na evolução do negócio!



AR60

2019

A edição nº80 já mostrava a distribuição do futuro e o Roberto Rodrigues já estava na nossa capa.



AR80




AR70

2016

Na edição nº70, a AgRoss mostra 7.000 dias de trabalho na redistribuição de defensivos agrícolas.

2023

Edição nº100 celebra 16 publicações em lombada quadrada. **Consagra modelo único de informação para Agricultura e Pecuária do Brasil.** Lança a série 'Os Grandes da Distribuição Brasil!' 



AR100

2021

Edição nº90 mostra o case da Sinagro.



AR90

Edições 91 & 92:
Os primeiros recordes, que superaram até 220 páginas.



AR91



AR92



AGRI
CONNECTION

O NOVO JEITO DE FAZER NEGÓCIOS

Nossa ambição é ser a maior e mais eficiente rede de acesso ao mercado agro. Estamos presentes em todo território, com o portfólio mais competitivo e completo do Brasil.

Nossa missão é conectar quem produz com quem consome, possibilitando aos clientes do agronegócio acessarem grandes indústrias de insumos mundiais.

Atuamos por meio de uma equipe de especialistas em negócios garantindo eficiência, competitividade e agilidade para os nossos negócios.



agricconnection.com.br



[agricconnection](#)



Av. Manoel Genildo Araújo, 188 - Sala 2, Campo Real II - Campo Verde - MT
CEP: 78840-085



AgriConnection@2023

AgriConnection 2030

Empresa fatura R\$ 1,5 bilhão no terceiro ano de vida, cria marca própria, conecta a indústria mundial à lavoura brasileira, oferta crédito, persegue R\$ 2 bilhões em 2023 e se prepara para o mercado de fertilizantes



Foi na velocidade de um relâmpago. O mundo entrava em 2020 de braço dado com uma pandemia como não se via havia um século. A Covid-19. Mas a ideia fixa de um paranaense em levar insumos agrícolas para a fazenda brasileira inteira com mais eficiência não podia mais esperar. Flávio Mata falou com amigos e especialistas e chamou alguns deles para uma sociedade inusitada. Oferecer soluções tecnológicas produzidas em qualquer país do mundo, essencialmente na Ásia, sem ter uma única fábrica. Negócio nascido do zero. AgriConnection. Os amigos Flávio Mata e Evaldo Carvalho arregaçaram as mangas. Ao lado do sócio Daniel Dias. Precisando ganhar dinheiro a partir do primeiro dia. O alicerce básico era conhecimento profundo sobre como funciona o mercado internacional de insumos agrícolas. E gente com ótimo relacionamento junto a produtores, revendas, distribuidores e cooperativas em diversas regiões do país. Menos de quatro anos depois, a turma estava reunida no litoral pernambucano, na segunda convenção da empresa, comemorando resultados surpreendentes. E mirando a meta de um faturamento de R\$ 2 bilhões em 2023. ●●●



“

Nossa missão é ser a maior e mais eficiente empresa de acesso ao mercado agro brasileiro. Conectar quem produz com quem consome. Garantindo performance, competitividade e agilidade”.

Flávio Mata,
Sócio Fundador e Diretor Geral
da AgriConnection

A operação ganhou forma no fim de 2019 e começou a rodar em janeiro de 2020, com sede em Campo Verde (MT), tendo como primeira parceira a Indofil Brasil, subsidiária da multinacional indiana, segunda maior fabricante mundial de Mancozebe, além de sintetizar e fabricar várias outras moléculas que são princípios ativos de diversos produtos que protegem as culturas. E já fechou o primeiro ano faturando R\$ 250 milhões, ao lado de outros dois fornecedores: CropChem e Sipcam Nichino Brasil. 2021 foi outro período decisivo. Milton Paiva entrou na sociedade, o agronegócio brasileiro avançou bastante, mas houve muita turbulência nos preços e na circulação internacional dos insumos, consequências da pandemia. Inúmeras empresas simplesmente não conseguiram entregar os produtos encomendados pelos agricultores.

“Nós cumprimos rigorosamente todos os contratos firmados. Mesmo com perdas fortes pela diferença de valores entre a encomenda e o envio. Porém, isso foi fundamental para ganharmos a confiança do mercado”, fala Daniel Dias, Presidente do Conselho de Administração. “E também reforçou vários de nossos pilares, como Ética e Integridade nas relações com os parceiros. Assim, firmamos de vez o nosso nome no mercado”, completa Flávio. E ainda deu tempo de iniciar as primeiras importações. “Criamos uma identidade. O cliente conheceu efetivamente a gente. Uma empresa de serviço, conceito de que a indústria é o cliente, ligar quem produz a quem consome. E não meros atravessadores. Inicialmente, vendíamos com o nosso CPF, para adquirirmos confiança. Somos vitoriosos, com um legado construído do zero”, ratifica Evaldo

Carvalho. Uma sentença reafirmada por quem está conectado. “Estamos juntos desde o início, negociando químicos e as especialidades. Já são três anos de parceria e iremos intensificar cada vez mais. O modelo da AgriConnection inspira confiança, boa índole, prosperidade, flexibilidade e rapidez. É vitorioso. Eles são bons parceiros, proativos, integram muito bem, entendem a real jornada de unir as pontas. É sensacional”, atesta Danilo Cortez, Head de Compras da Agrícola Alvorada, distribuidora com 22 anos de atividades no Brasil, sede em Primavera do Leste (MT) e 21 unidades de negócio. Prova disso são os resultados que estão atingindo.

A operação ganhou ainda mais força no terceiro ano. A sociedade ganhou outro integrante: Vinícius Paternez e, neste ano, chegaram mais três: Joel Silva,



Nós cumprimos rigorosamente todos os contratos firmados. Mesmo com perdas fortes pela diferença de valores entre a encomenda e o envio. Porém, isso foi fundamental para ganharmos a confiança do mercado”.

Daniel Dias,
Presidente do Conselho de Administração
da AgriConnection



Criamos uma identidade. O cliente conheceu efetivamente a gente. Uma empresa de serviço, conceito de que a indústria é o cliente, ligar quem produz a quem consome”.

Evaldo Carvalho,
Sócio Diretor Comercial Oeste
da AgriConnection




Gabriel Salomão e Valdevino Rezende. Ajudaram o negócio a marcar presença em todo o restante do Brasil. O sócio Vinícius Patenez foi o responsável pela criação do portfólio e time comercial da AgriConnection Essentials. Marca com linha completa de Especialidades em nutrição, sanidade e tecnologia de aplicação nos cultivos. “É importante migrarmos mais fortemente para a diversidade de culturas. Temos portfólio para isto. São muitas culturas, entre HF [s, cana, cereais, pastagem, madeira, café, citros. Vamos atrás”, garante animado Gabriel. “O único arrependimento que tenho até hoje é o de não ter entrado antes na AgriConnection”, brinca Joel. O crescimento exigiu a criação de uma *holding*, a AgriParticipações S/A. E o auxílio de um parceiro para olhar o mercado financeiro e as possibilidades de captação de dinheiro para amparar crescimento mais vigoroso, com a XP Investimentos. E o período fechou ainda melhor, faturamento de R\$ 1,5 bilhão. Resultado que definiu o pagamento de uma aposta da direção feita com os colaboradores. O número

garantiria a realização da segunda convenção da companhia em uma praia. Feito. Em Porto de Galinhas, Pernambuco, encontro organizado no fim do primeiro semestre deste ano e que juntou conquistas, comemorações e desafios. Começando pela chegada de um novo sócio, Valdevino Rezende, reforçando a marca Essentials e com tarefa aceita. “Nossa grande sacada é levar soluções efetivas ao agricultor. Trabalhando com seriedade, para o que o mercado precisa”, sentencia Valdevino.

E o mercado reconhece essa postura, como atesta Ricardo Oliveira, Gerente Comercial B2B da Pack, empresa de fertilizantes que mantém unidade fabril e laboratório em Cerquillo (SP) e integra o grupo italiano global Larderello. “A AgriConnection é um grande cliente. Começamos juntos, com ideias de produtos levados por eles e desenvolvidas por nós. Mostramos os protótipos e eles gostaram e começaram a operar. Fertilizantes oriundos de terceiros, formulamos, desenvolvemos e transformamos. Vendendo o produto pronto, embalado com a marca

deles. Estamos em plena jornada de crescimento e sinergia. Eles têm o acesso e nós a indústria. O propósito é entregar as melhores soluções e inovações ao produtor. É nossa missão”, garante Ricardo.

Mas as novas plataformas não pararam por aí. Em maio, ocorreu a formação do primeiro fundo próprio da corporação, o AgriConnection Finance, exclusivo para ofertar créditos de até R\$ 1 bilhão aos clientes que compram insumos a prazo. E vem pela frente a abertura de um escritório em São Paulo, na região de Alphaville. E a conclusão do projeto específico para fertilizantes. Chegar a 31 de dezembro com um faturamento de R\$ 2 bilhões. “Nossa missão é ser a maior e mais eficiente empresa de acesso ao mercado agro brasileiro. Conectar quem produz com quem consome. Garantindo performance, competitividade e agilidade”, promete Flávio Mata. “Vamos seguir à caça de indústrias, relacionamento de negócios, comprar e trazer portfólio competitivo para nossa equipe vencer”, arremata Daniel Dias. 



- # Sócio Fundador e Diretor Geral
- # Nasceu em Bela Vista do Paraíso (PR) | 40 anos
- # Engenheiro Agrônomo - UEL | Especialização em Agronegócio
- # Passagem por Bayer, DuPont e Corteva Agriscience
- # Habilidades: marketing, vendas, planejamento estratégico e produção agropecuária

Flávio Dalcin Mata

“Somos a melhor rede de acesso ao mercado agro brasileiro”



Ele é um ‘pé vermelho’ de nascimento, do Norte do Paraná, e tem um olhar direto, que traduz a energia dos imigrantes italianos e portugueses que vieram para a ‘terra prometida brasilis’ lavrar a terra. Como os avós. Tanto que já teve que batalhar assim que deixou a faculdade de agronomia, em Londrina, para conseguir o primeiro emprego. Era necessário ter o registro profissional e o registro no CREA (Conselho Regional de Engenharia e Agronomia), mas o calendário não combinava com a formatura oficial da universidade. Correu atrás para participar de uma cerimônia especial, antecipada. “Não era fácil naquela época conseguir ser um Representante Técnico de Vendas. Mas deu certo e fui atuar no Noroeste do Paraná”, lembra Flávio Mata.

Era 2007 e o panorama agrícola brasileira era de transgenia no milho, um cenário bem complexo. Flávio participou de campanhas para diversas culturas. Citros, café, mandioca, arroz. “Fizemos um belo trabalho, vendíamos milhares de litros de produtos, desenvolvemos o mercado, batemos as metas e fomos cuidar da conta da Cooperativa Integrada. Fiquei mais dois anos, conquistando minha carreira, fazendo capacitação, ficando mais competente. Dois anos depois, fui convidado a assumir a excelência operacional e planejamento estratégico para toda a Diretoria de Negócios Sul da Bayer”, conta. E dá-lhe tarimba. Em vendas, estratégia, coordenando a melhoria contínua, participando de comitês diretivos. Ganhando

Estamos consolidando um projeto que começou em 2020. E pretendemos atingir R\$ 1,9 bilhões, ou R\$ 2 bilhões em 2023. Muita gente pode não acreditar, o preço dos insumos caiu muito desde o ano passado, mas eu confio demais porque aumentamos nosso portfólio, ampliamos as equipes, criamos a estrutura de *funding* e de logística”.

experiência, visibilidade, sabendo de como tudo funcionava na companhia, ao lado de quem decidida, de olho nas jogadas estratégicas. Aprendizado que resultou no convite para cuidar do marketing do Sul de Mato Grosso do Sul e depois a sonhada Regional.

Por decisão própria, mudou para a Dupont, ainda em Mato Grosso do Sul, posteriormente Corteva. Ao mesmo tempo em que precisou auxiliar a mulher por causa da morte do sogro. “Precisávamos cuidar dos negócios que ele deixou e mudei para Campo Verde. Enquanto estruturava a Corteva para o Sul de Mato Grosso e Vale do Araguaia”, rememora. Mas um pensamento tinoso nunca deixava a cabeça. Abrir um negócio. Tanto que ele pôs data. Fim de 2019. Até lá, foram vários telefonemas na estrada, cafés e refeições em restaurantes de comida japonesa com alguns amigos íntimos. “Tinha a certeza de que

havia chegado a hora de empreender. Sempre pensei nisso. Meu ciclo em multinacional tinha acabado. Nunca me vi trabalhando apenas em uma propriedade rural. Quando a gente é do comércio, empresa, fica acostumado com o ambiente. Não gosto de rotina. Eu precisava construir algo”, explica. Era chegada a hora de aguçar os olhos em bons profissionais do mercado e dar corpo a um pensamento fixo. “Sempre acompanhei a globalização e a movimentação das empresas poderosas do agro. Mais de 90% dos insumos consumidos e comercializados pelas multinacionais no Brasil são produzidos na Índia e na China. E acreditava na estratégia de trazer quem fabrica para o campo mesmo. Com um modelo de remuneração variável. Convencer os fabricantes de produtos a ficar do nosso lado, com nossa estrutura e vendas, montar um portfólio top, com os melhores representantes de mercado”, revela. Pronto. Estava



começando uma história de conexão que vai completar quatro anos de sucesso absoluto.

AgroRevenda - Qual foi o principal desafio para o novo negócio?

Flávio Mata - O problema era chegar junto a esses *players*. O acesso a boas tecnologias não é problema. Tem produto bom em todo lugar. A chave é convencer as empresas. Fazer a conexão com quem estava do outro lado. Foi quando recebi a dica do Daniel Dias, CEO da Indofil. Conversei com ele e percebi que era a pessoa certa. Propus a ele que fizesse consultoria no início, para tudo ser ético, direito. E talvez tornar-se sócio se o negócio deslanchasse. E ter a Indofil como fornecedora do novo negócio, porém com outra pessoa tocando a relação.

AgroRevenda - Então, o negócio começou?

Flávio Mata - Sim, começamos a montar a empresa, contratamos uma agência de marketing em São Paulo para criar logomarca, site, powerpoint de apresentação e abrimos a primeira AgriConnection, em Campo Verde (MT). Na sequência, fizemos uma série de viagens pelo Brasil para ver a aderência da empresa, atrair parceiros. Fomos abordar empresas que tinham CNPJ no país, tinham como fazer logística e financiar o prazo safra aqui. Porque ainda não tínhamos uma estrutura de *funding*. E iríamos ter um parceiro ganhando comissão, sendo agente, comissão compartilhada. O resultado foi excelente, 100% de adesão. Então, selecionamos quem tinha mais competitividade, qualidade e sinergia de portfólio. Quatro indústrias para operar em Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Rondônia. Com um modelo de representação compartilhada. As empresas faziam o faturamento, a logística e concedia o crédito. Já nós,

montamos um time de vendas de sete pessoas e quatro no escritório para suporte. E tudo começou a rodar no início de 2020.

AgroRevenda - Por que era um bom negócio para essas indústrias?

Flávio Mata - Porque elas tinham limitação de pessoas ou portfólio. Ao juntar sete, o portfólio fez sentido juntos. Aceleramos as vendas das parceiras, com produtos que davam margem. Teve empresa que saiu de zero para R\$ 90 milhões. E faturamos R\$ 250 milhões no primeiro ano.

AgroRevenda - E depois?

Flávio Mata - No segundo ano, expandimos para o Cerrado Norte. Convidamos o Milton para ser sócio no Centro Norte porque nossa estratégia era ter um profissional local, que conhecesse bem as pessoas, a região. O Milton estruturou todo o time na região. Em 2021, fizemos uma parceria para importar nossos primeiros produtos e fechamos com faturamento de R\$ 622 milhões, 25% das vendas em importação direta. Nós fazíamos tudo. O produto vinha pronto da China. No ano passado, fechamos com R\$ 1,42 bilhão, sendo 53% importação própria e 47% representação das quatro empresas parceiras, recebendo comissão por vendas. Neste ano, queremos alcançar R\$ 2 bilhões. De 55% a 60% com importação direta e o resto no agenciamento.

AgroRevenda - Como nasceu a ideia de criar essa 'rota alternativa' e como foi negociar com empresas asiáticas?

Flávio Mata - Sempre foi claro para mim que havia algumas demandas latentes dentro da cadeia do agro. A indústria querendo ofertar os produtos. Mas sem ter portfólio e força de vendas. Na outra ponta, você tem produtor, precisando de bons preços e alternativas nos

insumos. E revenda, distribuidor e cooperativa, que acabam sendo reféns de tecnologias caras e limitadas, o que afeta as margens do negócio deles. E ainda os representantes de vendas, profissionais que têm o sonho de empreender, fazer o que sabem e ganhar comissão por isso. Meu discurso sempre foi esclarecer que a empresa iria oferecer acesso ao mercado, focada em força de vendas eficiente, bons vendedores, num modelo de comissão, trazendo várias indústrias que não penetram no mercado brasileiro e tendo preços mais atraentes para todos. Vendendo para todo mundo. Para quem vende e quem consome.

AgroRevenda - E por que criar uma marca própria?

Flávio Mata - A AgriConnection Essentials também é uma parceria com os fabricantes, mas a gente quis se diferenciar. Levantamos tudo o que o mercado utilizava, os principais *players*. E melhoramos, para levar competitividade, inovação e qualidade. Atuando na demanda existente. Ao lado de empresas que têm tecnologia de formulação e são consolidados no mercado, renomados, conhecidos e certificados. Foi uma estratégia para levarmos tecnologias com preços interessantes, que dão mais tração ao crescimento. Em vez de montarmos uma fábrica. Portfólio em nutrição, óleos, adjuvantes, granulados especiais e agora biológicos. Em um time separado. Assim, temos agora especialistas em cada uma das duas áreas. Porém, também criamos um mecanismo de cross selling para atender melhor todos os clientes.

AgroRevenda - Há mais novidades na área de produtos?

Flávio Mata - Sim. Neste ano ainda, teremos o piloto de fertilizantes, para entrarmos no mercado de NPK. E a outra plataforma que vamos lançar é a

de sementes. Em cinco anos, queremos estar em todo o Brasil, atuando com todas as plataformas integradas. A ideia é ter um representante de crop, um essenciais, outro de fertilizantes e mais um de sementes trabalhando de forma integrada. A estratégia é defensivos e fertilizantes *trading*, ganhar no volume. Essencial e sementes vemos como diferenciação. Venda técnica e posicionamento, com margem alta e volume menor. 100% marca própria, verticalizada. E ainda comprar campos de produção de soja. Temos a estratégia montada, sabemos onde vamos chegar, quando chegar e como chegar. O mais difícil é a estrutura de financiamento próprio.

AgroRevenda - Mas que também já está em plena operação, não?

Flávio Mata - Sim, também resolvemos conectar o crédito ao negócio, aproveitando a demanda do mercado financeiro, que está com muito apetite no segmento, mas ainda patina por não compreender corretamente como se dá o relacionamento no agronegócio. Convencemos o mercado de capitais para o segmento ser a rota deles para o mercado. E temos representantes, produtos de qualidade, logística. E agora o crédito, com a criação de um fundo, o AgriConnection Finance, viabilizado pela parceria com o Banco Fator (Fator Inovation). E analisando novas possibilidades, com apoio da XP Investimentos. Talvez, até, criar outro fundo. É a estrutura de capitais que vai sustentar um novo crescimento, com expansão forte em todo o Brasil.

AgroRevenda - A logística tem sido fundamental para essa penetração?

Flávio Mata - Certamente. Do ano passado para cá, abrimos doze filiais. Centros de Distribuição em parceria com operadores logísticos

terceirizados. A gente tem melhorado muito o processo logístico. E reforçando o perfil de nossos representantes. Eles necessitam ter mais de dez anos nas localidades onde vão atuar, ter experiência comprovada em passagens por multinacionais, conhecer muito bem os clientes da região. Saber comunicar que montamos uma indústria eficiente, sem fábrica, conectando quem produz e consome, garantindo qualidade, competitividade e agilidade. Que somos a melhor rede de acesso ao mercado brasileiro. Com os melhores fabricantes de insumos do mundo. Fazemos o que a multinacional faz. Porém, melhor.

AgroRevenda - Como foi a convenção realizada em Pernambuco, no fim de junho?

Flávio Mata - Foi nosso segundo encontro corporativo. A primeira convenção foi na Chapada dos Guimarães, no ano passado, e escolhemos o tema 'R\$ 1 bi a mais', destacando a nossa meta financeira. Reunimos ali 46 colaboradores. E lançamos o desafio de chegarmos a um faturamento de R\$

1,5 bilhão. O resultado foi alcançado e levamos o pessoal este ano para o litoral, em Porto de Galinhas (PE), reunindo 115 colaboradores.

AgroRevenda - E a nova meta?

Vai ser alcançada?

Flávio Mata - Estamos consolidando um projeto que começou em 2020. E pretendemos atingir R\$ 1,9 bilhões, ou R\$ 2 bilhões em 2023. Muita gente pode não acreditar, o preço dos insumos caiu muito desde o ano passado, mas confio demais porque aumentamos nosso portfólio, ampliamos as equipes, criamos a estrutura de funding e de logística. A gente se preparou para esse crescimento. Temos hoje algo muito factível para alcançarmos esse número. Mesmo já tendo reavaliado algumas vezes. Batemos muito forte nessa tecla. Tanto que até mudamos a data da convenção. Para sermos precisos no que podemos alcançar. A cadeia de suprimentos ajustou-se, as commodities também. Voltamos à realidade. O mercado sempre foi competitivo. E estamos convictos e animados. **AR**





- # Sócio Diretor Comercial Oeste
- # Nasceu em Querência do Norte (PR) | 35 anos
- # Casado | Dois filhos
- # Engenheiro Agrônomo | Centro Universitário Integrado – Campo Mourão (PR)
- # MBA em Gestão de Negócios | Fundação Dom Cabral
- # Passagem por Bayer, Dow Agrosiences e Corteva

Evaldo Carvalho

“Estamos sendo procurados por parceiros do Brasil e exterior. O oceano é azul”




Atuamos para quem deseja comprar e para quem deseja vender utilizando nossa estrutura de acesso. Mercado interno e externo. Temos parceiros que faziam 24 milhões de reais em 2020 e hoje, ao nosso lado, alcançam 211 milhões”.

A equipe de onze profissionais do paranaense Evaldo Carvalho cuida de um país. Um país chamado Mato Grosso e Rondônia, imensa região geográfica de soja, milho e algodão, que atualmente responde por 71% de todos os números alcançados pela empresa. Coisa que passa de R\$ 1,1 bilhão. E anima ainda mais esse fundador da AgriConnection, profissional com treze anos de lida no segmento, passagem por indústrias expressivas do agro, onde conheceu o Flávio e começou a imaginar um projeto diferenciado, logo reforçado com a chegada de Daniel, para as conexões com as indústrias. “Profissionalmente, foi muito bom para mim. Passamos a abordar todos com o nosso nome, que ninguém ainda conhecia. Eu e mais três colegas. Era criar uma identidade para o negócio, que o cliente nos conhecesse. Uma empresa de serviço, conceito de que a indústria é o cliente, ligar quem produz a quem consome. E não meros atravessadores. Inicialmente, vendíamos com o nosso CPF, para o comprador ter confiança. E em quase quatro anos, somos vitoriosos. Um legado construído do zero. De ‘paper company’ a um bilhão de reais’. Levar o conceito ao produtor, uma ação nova. O maior desafio era entrar pela porta da frente sem envergar a camisa de uma corporação global. O resultado me dá muito orgulho e satisfação. Um bilhão de reais é muita coisa”, comenta com o sorriso no rosto.

E Evaldo segue reafirmando os conceitos da AgriConnection. Agilidade, simplicidade, serviço muito

bem feito. Sem burocracia, criando pontes, ligando quem produz a quem consome. “Hoje, 65% dos defensivos estão na China, 15% na Índia e o restante espalhado pelo mundo inteiro. Os produtos são praticamente os mesmos. É o que levamos e o produtor aderiu porque gosta deste modelo. E os nossos representantes conhecem o campo, têm presença, sabem da cadeia decisória dos clientes. É aí que a gente se diferencia”, indica. Ele também fala que sempre imaginou que o modelo de comercialização de defensivos iria mudar radicalmente. “E foi o que ocorreu, com intensa concentração na indústria e distribuição. E, desde o início, queríamos ser uma nova rota de acesso. Para quem compra e quem vende. Nós aproveitamos um momento de mercado. Surgimos bem quando o produtor estava meio acuado pela queda assustadora do número de fornecedores. Foi oportuno, era uma demanda latente, que nos impulsionou”, acrescenta.

Evaldo Carvalho ainda afirma que outra consequência importante desde 2020 foi a alavancagem dos negócios dos parceiros. “Atuamos para quem deseja comprar e para quem deseja vender por nosso meio. Mercado interno e

externo. Temos parceiros que faziam 24 milhões de reais em 2020 e hoje, ao nosso lado, alcançam 211 milhões. Quase dez vezes de crescimento em três anos. Outro parceiro saiu de quase zero a R\$ 400 milhões. Somos um bom caminho na compra e venda. Nós desmistificamos o agronegócio para empresas da China, Índia e para o Brasil. E para quem distribui também”, assinala. E prevê os próximos passos de liderança da empresa de menos de quatro anos de vida. “A tendência é só crescer. Apenas no Cerrado, falamos em quase R\$1,5 bi. E estamos avançando também no Paraná, em Santa Catarina, no Rio Grande do Sul, São Paulo, Sul de Minas Gerais, Espírito Santo e na Região Nordeste. Lugares onde não estávamos. E estamos colocando gente em todos esses pontos. Nossa equipe está crescendo, com robustez. E vamos abrir novos horizontes, em outras regiões. Estamos sendo procurados por muitos parceiros, do Brasil e do exterior. Gente que não quer o B2B e acha muito bom o que ofertamos. É um baita de um negócio. A ideia de conexões é ótima e está crescendo. O oceano é azul. Num ano complicado de preços das commodities, faturamos bem. Vai melhorar ainda mais”, garante. 



- # Presidente do Conselho de Administração
- # Nasceu em São Paulo – Capital | 61 anos
- # Engenheiro Agrônomo | Universidade de Taubaté
- # MBA em Negócios | ESADE
- # Casado | Duas filhas
- # Passagem por Dow Agrosience, Bunge, Pilarquim, Fersol, Agrolmport, Coonagro, Indofil e Consultoria Própria
- # Habilidades: gestão, vendas, marketing, estratégia, negócios, cenários, orçamento e posicionamento de produtos

Daniel Dias

“Ganhamos a confiança do mercado”


Ele é um verdadeiro ‘abridor de empresas’. Artesão de negócios que começam do nada, ao lado de parceiros. Paulistano da gema, vindo de família inteira de produtores rurais do interior paulista, Daniel Dias tem a fala fácil e fluida. E gosta de uma prosa. Uma habilidade que o ajudou a vencer no universo do agro em 34 anos de atuação no mercado. Fez Agronomia em Taubaté e foi rodar o mundo em empresas globais do segmento, empreendendo e prestando consultoria. Ergueu diversas marcas, como Pilarquim Brasil e Agroimport, passou dezenove anos por gigantes, casos de Dow Agrosience e Bunge. E visitou a China, berço das principais empresas de agroquímicos no mundo, mais de vinte vezes. “A Índia e a China sediam hoje, aproximadamente, mil indústrias relacionadas ao agronegócio. Cerca de duzentas delas são as principais em agroquímicos. Por outro lado, as que acessam o Brasil são apenas sessenta. O resto não acessa. E várias são muito boas, mas às vezes produzem uma solução só. E ninguém conhece no Brasil. Com a AgriConnection, damos oportunidade para elas darem as caras e terem presença no Brasil. Hoje, compramos de uma dúzia de indianas e chinesas”, conta Daniel. Ele conheceu Flávio e Evado em 2019, por intermédio de um amigo, e começaram a discutir como seria um novo negócio, inovador e vencedor. “As premissas eram bem claras. Abrir uma empresa sem colocar dinheiro, eu trabalharia como consultor sem receber e a empresa tinha de faturar desde o primeiro dia de trabalho. Assim nasceu a

minha ligação com a AgriConnection. Gostei do que eles estavam querendo fazer. E começamos a debater como seria o empreendimento. Em muitas ocasiões, tomando café e comendo em um restaurante japonês”, completa com humor.

A Consultoria permaneceu nos dois primeiros anos depois da abertura da empresa, tempo em que a decolagem foi veloz. Viagens para a Ásia, instigar relacionamento direto para trazer os fornecedores ao Brasil. No início do ano passado, Daniel tornou-se sócio. “Conseguimos agregar empresas importantes, como Indofil, Sipcam e Cropchem, entre outras. Hoje, somos uma empresa de sucesso, com um modelo pensado desde o começo para atender empresas que tivessem dificuldades para acessar o mercado. No Brasil, existem empresas que têm registro, mas não acessam o mercado. Nós temos os clientes e a preferência deles na mão. Reunimos as pessoas chaves e o mercado tem gostado do nosso trabalho”, justifica.

Daniel reforça que existem vários modelos novos no mercado atualmente, mas aponta que a AgriConnection faz a diferença. “O nosso esquema é o mais contemporâneo. Giramos sem estoque nenhum. Nossa essência é empresa de custos e investimentos baixos. Não temos filiais, nem armazéns. Vendemos para depois comprar. Procuramos ser inteligentes, criamos espaços para as empresas asiáticas. Muitas estão aqui pela primeira vez. E trazendo ao agricultor,

à revenda e cooperativa um portfólio completo e totalmente competitivo. Por isso estamos crescendo e com lucratividade”, comemora. E ainda faz questão de frisar exatamente a diferença com os canais de distribuição do Agro Brasil. “Somos fornecedores de revendas. Não somos revenda. Queremos nos colocar como opção de compra de insumos. Para revendas, cooperativas e de forma direta. E nós montamos o nosso negócio, desde o início. Acesso ao mercado. Somos uma indústria que não tem fábrica, mas estamos muito próximos de quem fabrica. Unimos quem produz a quem consome”, crava enfaticamente.

E o futuro? “2023 está sendo muito bom, vamos conseguir atingir as metas estipuladas. Vamos inaugurar no segundo semestre um escritório na capital paulista e estaremos presentes no Congresso ANDAV pelo segundo ano consecutivo, com espaço de destaque, como fizemos em 2022. E o céu é o limite. Estamos considerando abrir um escritório na China. Talvez vire realidade em 2024. Estamos guiados por Deus. Criamos um grupo de sócios com os pés no chão, crescendo o possível, passo a passo, com um auxílio muito bom do mercado. Em 2021, um período turbulento, muitas empresas não entregaram produto e nós entregamos, cumprindo totalmente os contratos. Ganhamos a confiança do mercado. Agora, é seguir atrás de mais indústrias, relacionamento de negócios, comprar e trazer portfólio competitivo para nossas equipes venderem”, conclui sorrindo. 



- # Sócio Diretor Comercial Centro Norte
- # Nasceu em Araxá (MG) | 49 anos
- # Engenheiro Agrônomo | UFU
- # Mestrado em Agronomia | UFLA
- # Passagem por revenda Planagri, DuPont e Corteva

Milton Paiva

“Nossa ambição é ser a mais eficiente empresa de acesso do agro brasileiro”



Estamos ao lado dos principais parceiros. Principalmente nos maiores mercados, como Minas, Goiás e Bahia. Nossa ambição é ser a mais eficiente empresa de acesso, via distribuidor, venda direta ou cooperativa”.

O negócio do mineiro Milton Paiva é crescer. Ao lado de clientes e parceiros. O Agrônomo nascido em Araxá é responsável pela comercialização de defensivos numa faixa gigantesca do Brasil. Abrange Minas Gerais, Goiás, Bahia, Maranhão, Piauí, Tocantins e Pará. Região onde se planta um trio de culturas que faz do país um campeão de produção. Soja, milho e algodão. Para isto, comanda uma equipe de doze profissionais, na batuta de 24 anos de experiência. Tudo começou esfregando a barriga no balcão e comendo poeira em assistência rural durante quatro anos, em uma revenda.

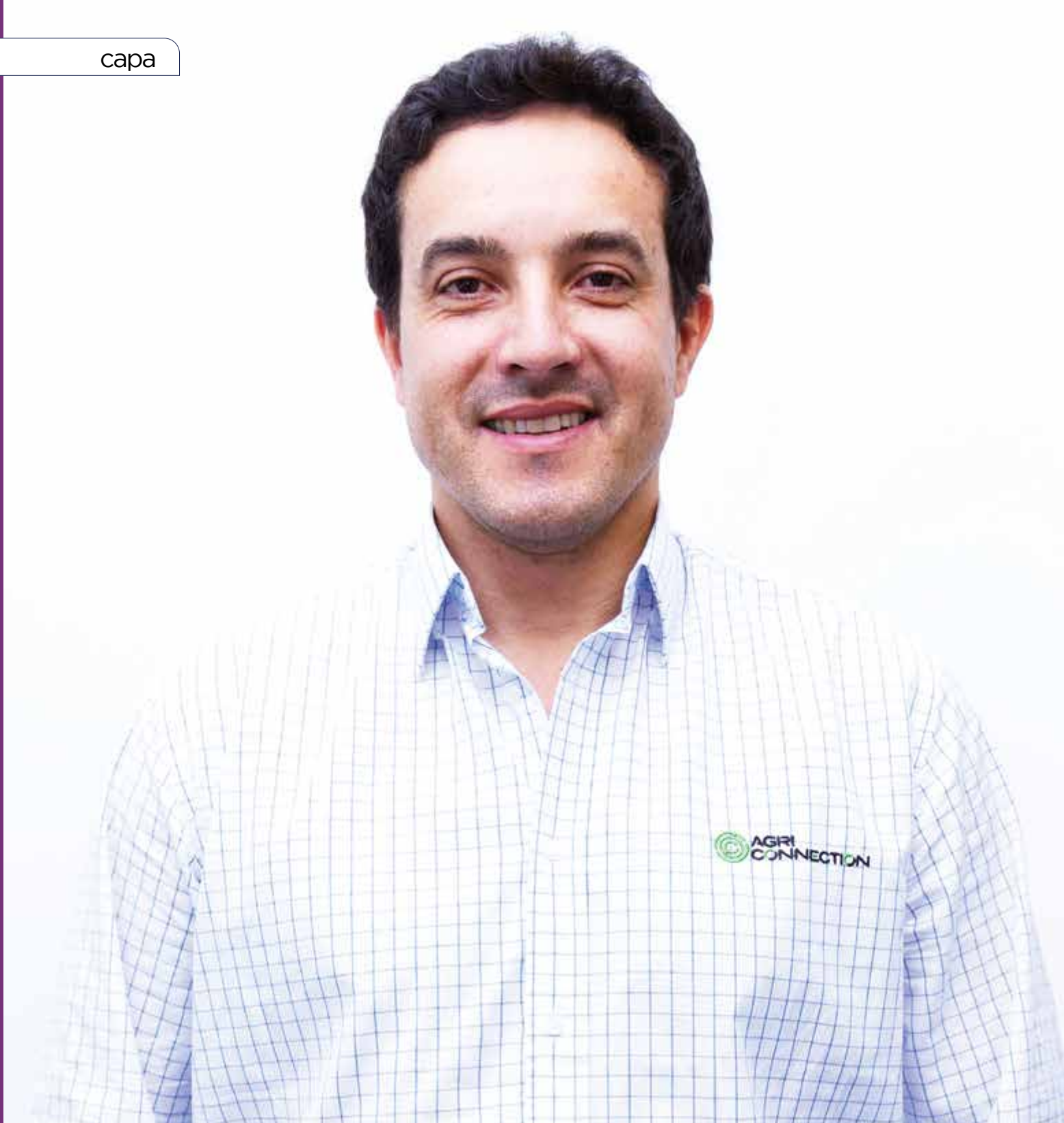
Dali, saltou para a Du Pont e Corteva, onde permaneceu por quase duas décadas. Local onde conheceu os pares Flávio e Evaldo. “Sempre fomos próximos e, depois de montar o negócio, o Flávio sempre me ligava para narrar como estava a jornada. Começamos a conversar mais precisamente sobre minha ida para a AgriConnection e isso aconteceu em abril de 2021. O sentimento hoje é muito bom. Somos uma realidade, uma empresa consolidada, referência de vários clientes, com time focado e motivado”, analisa com alegria.

Milton esclarece que todo tipo de cultura é alvo de interesse. Logo, o DNA também contempla os grandes clientes, produtores e distribuidores. “Estamos ao lado dos principais parceiros. Principalmente nos maiores mercados, como Minas, Goiás e Bahia. Nossa ambição é ser a mais eficiente empresa de acesso, via distribuidor, venda direta ou

cooperativa. A empresa nasceu em Mato Grosso, expandiu para a região onde eu vim trabalhar e agora vamos avançar para o Sul, São Paulo e Mato Grosso do Sul. Atingir todo o Brasil. Onde a agricultura estiver presente. E, logo, logo, com fertilizantes. É uma ambição nova, estamos desenhando e vamos ofertar. Em muito breve”, arremata entusiasmado.

AR





- # Sócio Diretor Comercial Sul
- # Nasceu em Londrina (PR) | 43 anos
- # Casado | Dois filhos
- # Engenheiro Agrônomo | Universidade Estadual de Londrina
- # Passagem por Coodetec e Monsanto - Bayer

Joel Silva

“Queremos capilaridade, aumentar presença, sermos mais conhecidos e melhorar o país”




A AgriConnection veio para entregar um modelo muito simplificado ao produtor. Agilidade de acesso ao cliente, levar condições, logística, produtos com qualidade. O produtor rural brasileiro tem isso hoje, mas não de todas as formas. Falando de produto, preços, logística, necessidades, profissionais que atendam”.

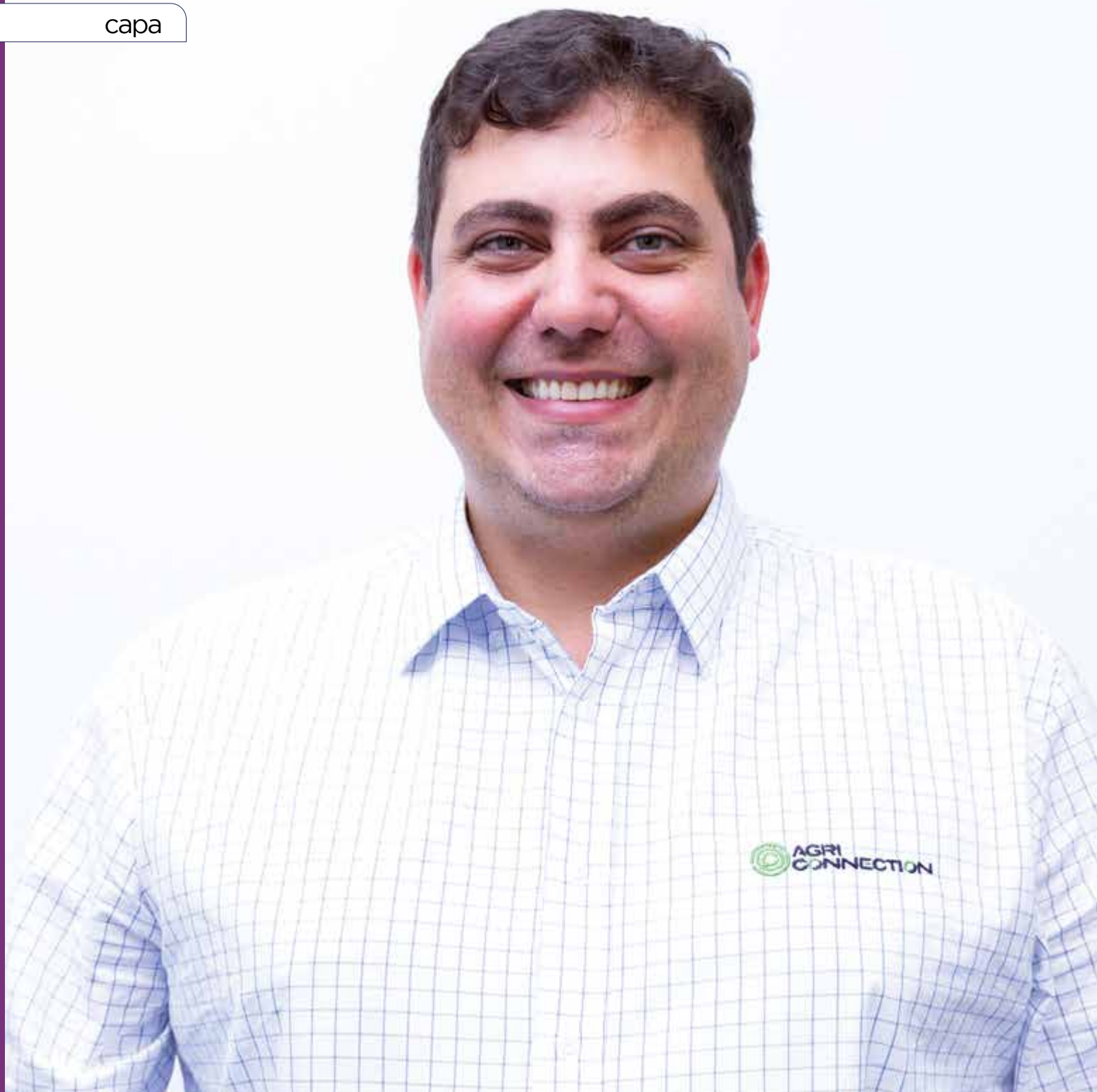
O Joel tem tudo a ver com o agronegócio brasileiro. Nasceu no Norte do Paraná, terra de origem vulcânica, vermelha e fértil. Vem de família de pequenos produtores mineiros, que atuavam com leite e verduras. Fez Agronomia em Londrina. Nunca ‘tirou da cabeça’ criar um negócio lucrativo dentro do segmento. E hoje mora em Santa Cruz do Sul (RS), região que é berço do agro e cooperativismo brasileiros. De onde comanda uma equipe de oito profissionais, que vai crescer para dez até o fim do ano. Lidando com produtores de soja, milho e trigo, as culturas predominantes. “Eu conheço o Flávio desde a faculdade e entramos na Bayer no mesmo dia. Toda a vida a gente conversou em criar algo e a ideia dele ficou ainda mais clara quando foi para Mato Grosso. Inclusive, ele me avisou quando abriu a AgriConnection e sempre me deixou informado dos passos do negócio. Na época, era um empreendimento que poderia me interessar se houvesse operação também no Sul do país. E a posição ganhou corpo quando começaram as importações”, conta Joel.

Foi o que ocorreu em novembro do ano passado, fim do segundo ano de atividades da empresa. Sempre de olho na realidade complexa do agro em nosso país. “A

AgriConnection veio para entregar um modelo muito simplificado ao produtor. Agilidade de acesso ao cliente, levar condições, logística, produtos com qualidade. O produtor rural brasileiro tem isso hoje, mas não de todas as formas. Falando de produto, preços, logística, necessidades, profissionais que atendam. Nós unificamos tudo para darmos melhor atendimento ao lavrador e às redes no Sul, que é sinônimo de cooperativas e distribuição. Nós fomos criados na venda direta no início da carreira, mas as regiões são diferentes. O que firmamos é ter bons parceiros para acessar o cliente. E as proporções

variam de um estado para outro no Brasil”, conta.

Joel Silva adianta que está de mudança para o Paraná, mas não economiza na hora de prever os próximos passos dentro da empresa. “O único arrependimento que tenho até hoje é o de não ter entrado antes na AgriConnection. Quando você tem o olhar de dono e vê a oportunidade de tomar decisões, dá muita satisfação. E serei ainda mais feliz de estar em uma empresa cada vez mais sólida, levando ao cliente a estratégia, melhorando a capilaridade, o nosso Market Share, sermos ainda mais conhecidos no mercado e melhorando o país”, conclui decisivo. 



- # Sócio Diretor Comercial Sudeste
- # Nasceu em Franca (SP) | 36 anos
- # Casado | Dois filhos
- # Engenheiro Agrônomo | UFMT
- # Especialização em Gestão Estratégica em Negócios | FASIFE
- # Passagem por Dow Agro Science e Corteva

Gabriel Salomão

“Temos portfólio para a diversidade de culturas do Brasil”



Até 2030, queremos ser a maior empresa do agro brasileiro. O modelo é eficiente e justifica. Conectar a indústria ao produtor final. Nosso desafio é diversificar e expandir o portfólio. Como ir para as plataformas de adubos. O Brasil tem peculiaridades, é diferente de outros países grandes do agro, como Estados Unidos. Vamos investir ainda mais em fornecedores competentes, fidelidade, consultoria presente, representantes comerciais muito perto dos agricultores, levando informações diariamente”.

Falou em diversidade de culturas agrícolas, falou com o francano Gabriel Salomão, agrônomo graduado em Mato Grosso, com apenas sete anos de atuação profissional. Ele conheceu Flávio e Evaldo no trabalho corporativo global e sempre confiou em empresas novas, de inovação, que buscam encurtar caminhos. “Acredito muito nisso. É o futuro. Diminuir a burocracia e as estradas, com eficiência operacional, logística, de pessoas”, declara ‘na lata’ Gabriel Salomão, que sempre gostou da produção agrícola e hoje faz a gestão de seis representantes comerciais no Sul de Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, São Paulo e Mato Grosso do Sul. Negociando com produtores, revendas e cooperativas de citros, café, cana e cereais em geral. “Estamos na regional mais diversificada em termos de culturas”, declara com prazer.

Outra crença do Gabriel é ‘desafiar os desafios’. Pensar na frente. “Comecei na empresa em outubro do ano passado, mas o trabalho já tem quase quatro anos. Muito bons. Surfamos uma ótima onda de mercado até agora e não descemos dela ainda. Até 2030, queremos ser a maior empresa do agro brasileiro. O modelo é eficiente e justifica. Conectar a indústria ao produtor final. Nosso desafio é diversificar e expandir o portfólio. Como ir para as

plataformas de adubos”, prevê. Outro caminho é ajustar-se à sazonalidade de preços, muita oscilação e o crédito. “Será um novo momento. Saímos na frente, mas temos que fazer os negócios acontecerem ainda mais rápidos. O Brasil tem peculiaridades, é diferente de outros países grandes do agro, como Estados Unidos. Vamos investir ainda mais em fornecedores competentes, fidelidade, consultoria

presente, representantes comerciais muito perto dos agricultores, levando informações diariamente. Acredito muito em alcançarmos nosso objetivo, de chegar à liderança. É importante migrarmos mais fortemente para a diversidade de culturas. Temos portfólio para isto. São aproximadamente 30 culturas, entre HF’s, cana, cereais, pastagem, madeira, café, citros. Vamos atrás”, garante.





- # Sócio Diretor AgriConnection Essentials
- # Nasceu em Tangará da Serra (MT) | 42 anos
- # Casado | Duas filhas
- # Engenheiro Agrônomo | UFMT
- # MBA em Agronegócio | USP-ESALQ
- # Passagem por FMC, Basf e MicroXisto

Vinicius Paternez

“Nossa grande sacada é entregar soluções efetivas ao agricultor”




Se existe um sangue mato-grossense raiz, ele é vermelho e corre nas veias de Vinicius Paternez. Para começar, o avô chegou ao Centro Oeste ainda na década de 1960, vindo do interior paulista. Na bagagem, levou uma máquina de beneficiar arroz. O neto seguiu os passos, formou-se agrônomo na Universidade Federal do Estado e mergulhou de cabeça no agro na virada do século. Depois de treze anos de atividade em três empresas, abraçou com tudo a marca AgriConnection Essentials, comandando uma equipe de 14 representantes espalhados pelo Cerrado brasileiro. Levando tecnologia para soja, milho, trigo, algodão e outras culturas. Especialidades como óleo mineral, vegetal, adjuvantes, fosfatados, boro, etc.

“Conheci o Evaldo Carvalho em 2010, quando ele chegou de Sorriso. Ficamos muito próximos e, em nossas carreiras, ele seguiu para defensivos e eu especialidades. Ele entrou para a Agriconnection e os meninos voaram. Em 2021, a empresa decidiu entrar no segmento e me fizeram o convite. Achei ótimo e estamos aí. Com a responsabilidade de destacar o próprio nome, com marca, embalagem, manter a seriedade de ligar a indústria ao produtor. Foi uma honra, uma inovação no agro, que fez a diferença. A primeira empresa no grupo que carrega o nome dos produtos. Um ano completado em fevereiro. E seguimos numa crescente. Nosso desafio é colocar pessoas nos territórios. Para fazer a diferença nas áreas. Acesso ao agricultor, abrir a porteira dele. E somos muito exigentes

Desejamos abrir novas áreas. Nossos diferenciais são agilidade e competitividade. Inovar oferecendo produtos com qualidade trazendo resultados aos clientes. Proximidade é o nosso estilo de atuação”.

na contratação do profissional que vai levar o nosso propósito às fazendas”, atesta Vinicius, que completa dois anos de empresa em novembro e divide área com outro sócio, Valdevino Rezende.

O resultado da marca não poderia ser melhor. Mais de 500 mil litros comercializados até o fim de 2022 e expectativa de dois milhões de litros até o fim de 2023. No Brasil inteiro. Aposta e fé. “A gente quer trazer novos sócios para as novas áreas. Nosso diferencial é entrar em outro patamar. Levar produtos e qualidade, inovação, competitividade e resultado ao cliente. Melhorando ainda mais aquilo que o produtor já estava acostumado. Proximidade é o nosso diferencial. Buscamos as indústrias que têm a melhor tecnologia em nanotecnologias, microcristais. Garantir manejo operacional ao lavrador. Buscar os melhores do mercado, enxugar o custo e levar a nossa marca. E eles recebem pronto, com nossa embalagem. Estamos tirando a licença de produção. Fabricado e distribuído pela AgriConnection. Com parceria das indústrias também de São Paulo. Nossa grande missão é

oferecer soluções efetivas ao agricultor. Trabalhando com seriedade, para o que o mercado precisa. 60% da distribuição é feita por revendas. Já temos cinco grandes parceiros e estamos fazendo prospecções pelos estados. Incluindo venda direta e cooperativas. Trabalhei em revenda e vejo com bons olhos esse canal. Mas a ideia é ser parceiro em cada região. Gente próxima do empreendedor rural”, conclui. 





- # Sócio Diretor AgriConnection Essentials MA - PI - TO - BA - PA
- # Nasceu em Rondonópolis (MT) | 37 anos
- # Casado | Dois filhos
- # Engenheiro Agrônomo | Faculdade Anhanguera Educacional RO
- # Passagem por FMC e MicroXisto

Valdevino Rezende

“Vamos estar entre os maiores do segmento”



Gostei do projeto, é ambicioso, resolvi aceitar e começar o trabalho da marca na Bahia para cima do mapa brasileiro. O portfólio Essentials é completo. Nutrição, biológicos, adubos sólidos. Conseguimos atender 100% das especialidades. Em dez anos, vamos estar entre os maiores no segmento”.

O Valdevino já sabe qual o principal desafio a perseguir nos próximos meses deste ano. Trabalhar com toda a energia para fechar a Safra de Verão 2023 – 2024, um ciclo completo de plantio e colheita desde que entrou na AgriConnection, com performance altamente positiva. “Estou há bastante tempo nesta região e temos acesso total aos parceiros. Os preços dos grãos foram problemáticos neste ano, mas na virada do primeiro para o segundo semestre as coisas já ‘esquentaram’. E temos o mais difícil que é o acesso. Agora, é começar a nova safra com o pé direito. Será meu primeiro ano completo e quero entregar números muito bons. Os primeiros de vários anos”, fala animado. Depois de quatorze anos em duas corporações, foi convidado pelo Vinicius, amigo de FMC, para integrar o time AgriConnection Essentials. Entrou em janeiro deste ano, para levar a marca para estados das regiões Nordeste e Norte. Incluindo a potência do celeiro do MAPITOBA. “Gostei do projeto, é ambicioso, resolvi aceitar e começar o trabalho da marca na Bahia para cima do mapa brasileiro”, emenda.

Atuar ao lado de três colaboradores na cadeia de soja, milho e algodão. E desejo de dobrar a equipe em breve. “O portfólio AgriConnection Essentials é completo. Nutrição, biológicos, adubos sólidos. Conseguimos atender 100% das

especialidades. Em dez anos, vamos estar entre os maiores no segmento. Inclusive, aproveitando-se dos portos do Arco Norte, que ajudam nos preços das commodities para os produtores escoar a safra, aposta confiante. **AR**





Soluções específicas para cada necessidade



AgriConnection@2023

ATENÇÃO: Produto de uso agrícola. Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e na receita. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade. CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO.



Linha AgCn
SAFE

AgCn
SAFE AIR

AgCn
SAFE DESSEK

AgCn
SAFE SPRAY



Linha AgCn
ÓLEOS

AgCn
CITRUS

AgCn
VEGETAL

AgCn
MINERAL



Linha AgCn
SEED

AgCn
SEED

AgCn
SEED ULTRA



Linha AgCn
SIMPLE

AgCn
BORO

AgCn
MANGANES

AgCn
FULL

AgCn
POTASSIO

AgCn
MOLIBDENIO

AgCn
ENXOFRE

AgCn
NITROGEN

AgCn
MAGNESIO



Linha AgCn
ULTRA

AgCn
FULL ULTRA

AgCn
MN ULTRA

AgCn
BORO ULTRA

AgCn
MOLIB ULTRA

AgCn
MAG ULTRA

AgCn
ZINCO ULTRA



Linha AgCn
DESALOJANTES

AgCn
DESALAJ



**AGRI
CONNECTION**
E S S E N T I A L S

A Agriconnection Essentials é um projeto ambicioso idealizado por profissionais do Agro com o objetivo de levar mais qualidade e eficiência produtiva ao agricultor brasileiro. Neste cenário, foram desenvolvidas as linhas de produtos Agriconnection Essentials, formuladas especialmente para suprir as reais necessidades do produtor em nutrição, sanidade e tecnologia de aplicação em sua lavoura.



[agricconnectionessentials](https://www.instagram.com/agricconnectionessentials)
 Fale conosco: (66) 3419-1146
 [agricconnection.com.br/essentials](https://www.agricconnection.com.br/essentials)



A AgriConnection tem proporcionado à Indofil crescimentos expressivos de vendas, além de cobertura territorial e acesso ao mercado através de uma plataforma única”.

Rogério Duarte,
Gerente de Marketing e R&D Brasil



AgriConnection e Sipcam Nichino Brasil formam uma parceria extraordinária. São empresas focadas no resultado e no sucesso de seus clientes e parceiros, na excelência no atendimento ao mercado. Juntas, preconizam respeito a valores socioambientais e à ética nos negócios”.

Leandro Martins,
Diretor de Marketing da Sipcam Nichino





A marca AgriConnection é a representação do sonho de pessoas que são apaixonadas por fazer acontecer. É um privilégio trabalhar no desenvolvimento da comunicação desta empresa que dobra a cada ano. Estamos cada vez mais especialistas em criar conexões de valor com os nossos públicos e a comunicação tem papel fundamental dentro da estratégia de negócio de conectar quem produz, as mais renomadas indústrias de insumos mundiais, com quem efetivamente consome e faz o agronegócio brasileiro acontecer, nossos produtores.

A AgriConnection está construindo a maior e mais eficiente empresa de acesso ao mesmo agro brasileiro e nosso plano para nossas marcas segue com essa mesma intensidade, reforçando nossa eficiência, agilidade e competitividade junto aos Canais de Distribuição parceiros e nossos produtores consumidores finais”.



Ellen Camargo,
Marketing e Comunicação AgriConnection



A AgriConnection é uma parceira importante para a CropChem. Enquanto buscamos investir em pesquisa e desenvolvimento, eles funcionam como um braço da CropChem que nos ajuda a cobrir todo o território agrícola brasileiro, expandindo o acesso ao mercado no Cerrado e em regiões próximas. Além disso, as duas empresas têm valores parecidos, sempre dando atenção e valorizando os clientes. Essa cooperação nos possibilita atender todos os produtores rurais com tecnologia de ponta”.



Rodrigo Leão,
Diretor Geral da CropChem

AGRICONNECTION

Sede em Campo Verde (MT)

100 colaboradores

Iniciou as operações em janeiro de 2020

Presença em todo Brasil

Faturamento em 2021: R\$ 700 milhões

Faturamento em 2022: R\$ 1,4 bilhão

Faturamento em 2023 (previsão): R\$ 1,9 bilhões

Abre escritório novo em São Paulo - Capital

Missão: 'Ser a maior e mais eficiente empresa de acesso ao mercado agro brasileiro. Conectar quem produz com quem consome. Garantindo performance, competitividade e agilidade'



Futuras instalações do escritório da AgriConnection em Alphaville/SP.



Escritório da sede em Campo Verde/MT.



LINHA DO TEMPO

- # **2019:** nasce a AgriConnection
- # **2020:** começa a operação no mercado
modelo de agenciamento
- # **2021:** 1ª convenção da empresa
expansão para o Cerrado Norte e início da importação
nasce a marca AgriConnection Essentials
- # **2022:** faturamento ultrapassa o primeiro bilhão
consolidação da importação e estrutura de financiamento
nasce a holding AgriParticipações S/A
- # **2023:** 2ª convenção da empresa
abertura das regionais Sul e Sudeste | times em todo o Brasil
parcerias com novos fabricantes chineses
lançamento dos produtos biológicos
conclusão do Projeto Piloto de Fertilizantes
abertura de escritório em São Paulo - Capital

PERFIL DOS REPRESENTANTES AGRICONNECTION

- # Referência regional
- # Consultor de negócios
- # Vasto conhecimento do território
- # Conhecimento da cadeia decisória dos clientes
- # Exclusividade portfólio AgriConnection
- # Perfil empreendedor



AgriConnection Finance é produto e crédito!

Empresa conta com fundo exclusivo para ofertar créditos de até R\$ 1 bilhão aos clientes que compram insumos a prazo



Maior. Uma data histórica para a jornada vivida pela AgriConnection no Agro Brasil. Numa iniciativa em conjunto com o Grupo Fator, por intermédio da Fator Inovation, teve início a captação de investimentos no mercado financeiro para um fundo exclusivo da Companhia. O objetivo é obter dinheiro de investidores para financiar créditos aos clientes que compram os insumos a prazo da AgriConnection. A primeira tranche será de R\$ 100 milhões, para investidores do mercado de capitais. Um rendimento de renda fixa, pós-fixado, fazendo a ponte com o produtor rural. Quando ele honrar seus compromissos ao fim da safra, o recurso paga a rentabilidade aos investidores no fundo. Basta serem clientes da AgriConnection. Tudo construído para haver uma política de crédito estruturada. “Nosso trabalho tem total aderência à tese da companhia, que promove o acesso ao mercado agro e

leva insumo e crédito ao produtor rural. Como parte importante do planejamento estratégico da companhia, criando um braço financeiro para a empresa. E somos parte da cota subordinada desse fundo. No médio e longo prazos, queremos mostrar ao mercado a qualidade dos clientes da AgriConnection, dando independência financeira para a obtenção de financiamentos no mercado de capitais, conectando o campo ao mercado de capitais, levando insumo e crédito”, detalha o economista Marcos Bertomeu, Gestor da Fator Inovation, com dezesseis anos de experiência na área.

O produtor cliente, depois de ter o limite aprovado dentro das políticas do fundo, vai poder ser financiado. Ao mesmo tempo, é um produto focado para investidores qualificados, com pelo menos um milhão de reais aplicados no mercado financeiro, habilitados para comprar es-

sas cotas. “A gente pretende atingir rapidamente os 100 milhões de reais, mas o fundo tem capital autorizado de até R\$1 bilhão no longo prazo. A ideia é harmonizar a demanda de crescimento de captação dentro do fundo com a evolução dos negócios da AgriConnection”, reafirma Marcos.

“Desde o início, nossa intenção foi desenvolver a parte de recursos dentro do Agro trilhando caminhos com pessoas que sabiam operar no setor. Foi um ano e meio discutindo com a AgriConnection, um período fantástico e maravilhoso. Eles ainda estavam efetivamente começando, prospectando parceiros, além dos agentes tradicionais. O Flávio tem uma visão boa estrategicamente falando. Diversificar as fontes de financiamento para poder crescer. O que exige muito capital. Iniciamos uma assessoria, entendemos o que eles precisavam e então fizemos uma proposta de criar um fundo para eles. E entramos de sócio na júnior (capital proprietário do fundo), com 10%. Correndo risco ao lado deles tamanha a nossa confiança. Acreditamos na habilidade deles em fazer bons créditos. Foi um passo importante pela penetração da empresa e experiência dela nas microrregiões. Foi exatamente o que estávamos procurando, esse know-how no campo. Para uma máquina de crédito eficiente. E agora estamos tendo uma aceitação muito boa”, conta Bruce Philips, CEO da Fator ORE, brasileiro criado na Europa e nos Estados Unidos, com passagens por bancos como Chase Manhattan e Boston, e 40 anos de empreendimento na área financeira.



Nos últimos anos, trabalhamos para educar o investidor da Faria Lima com o Agronegócio. E a gente consegue fazer melhor ainda agora, com trabalhos como este, feito ao lado da AgriConnection. É um casamento perfeito. Para agricultor e investidor”.

Bruce Philips,
CEO da Fator ORE

O fundo é um Fiagro (Fundo de Investimento nas Cadeias Produtivas Agroindustriais) de Direitos Creditórios e todos os regulamentos são registrados na Comissão de Valores Mobiliários (CVM). O Banco Fator é uma instituição financeira tradicional, com 50 anos de mercado, atuação ampla, atividade focada em investimentos, produtos para investidores, focado na gestão de fundos de investimentos, imobiliários, Fiagros, renda variável, multimercado, e ainda atua como seguradora. No Agronegócio, a gestora nasceu no ano passado, com a aquisição da divisão de mercado de capitais da Ourinvest, que está neste mercado desde o início da década passada. Numa parceria com Banco Fator, que foi aliada das fundadoras de uma das primeiras securitizadoras do agronegócio, a Brasil Agrosec. “Estamos sempre estudando o setor. Primeiro, com operações de Certificados de Recebíveis do Agronegócio (CRA). Em 2019, fizemos um FIDC Agro (Fundo de Investimento em Direitos Creditórios). No ano passado, um FIAGRO imobiliário e agora o Fundo AgriConnection. A Fator Innovation pertence ao Grupo Fator e faz a gestão do fundo exclusivo da AgriConnection”, relata Marcos Bertomeu.

Os dois executivos acreditam que o AgriConnection Finance tem total condições de gerar uma carteira de negócios de

performance e se tornar referência no mercado de capitais e nos investidores interessados. Por causa da visão de longo prazo da companhia em aproximar os clientes do mercado de capitais, levando uma fonte de financiamento sustentável de longo prazo. “O crescimento do agro puxa uma demanda forte por crédito. São cerca de R\$ 400 bilhões do Plano Safra, sendo que um volume significativo a taxas de juros livres em um mercado com Produto Interno Bruto de quase R\$ 2,5 trilhões. O mercado de capitais desempenha papel importante no financiamento do setor. Temos os veículos e as tecnologias, agora temos que estar vinculados a players que têm essa profundidade no segmento para originarmos créditos de qualidade, com percepção e menor risco, e assim acessar taxas de financiamento mais competitivas”, detalha Marcos.

“O desafio agora é a tranche de 100 milhões. E chegar o mais rápido possível em 300 milhões. Podemos chegar a isso agora, na safra 2023 – 2024. E depois a níveis mais altos. Com o tempo, abriremos para uma gama maior de investidores. A gente imagina que se a AgriConnection continuar com a mesma performance, a taxa de captação dela vai cair. Pois conhece os clientes, tem

atuação forte regional, com os RC’s, e entregam na hora certa, atende com novas tecnologias, criam relação de confiança com o produtor. E o nosso papel é baixar essa taxa de risco. Outro ponto importante é que quando você junta o produto mais o financiamento, a preços competitivos, consegue acessar um cliente de melhor qualidade. Nos últimos anos, trabalhamos para educar o investidor da Faria Lima com o Agronegócio. E a gente consegue fazer melhor ainda agora, com trabalhos como este, feito ao lado da AgriConnection. É um casamento perfeito. Para agricultor e investidor”, finaliza Bruce Philips. **AR**



Marcos Bertomeu, Gestor do Fundo Exclusivo AgriConnection: “Acessar taxas de financiamento mais competitivas”.

AgriConnection e XP planejam o negócio!

São dezoito meses trabalhando juntos. Pensamento dirigido para o plano de negócios. Como expor-se ao mercado. Decidir o que faz sentido e o momento certo das ações. Essas foram as motivações para a AgriConnection buscar a parceria da XP, cujo banco de investimento é líder no agronegócio, tendo levantado mais de R\$ 50 bilhões para empresas do setor nos últimos 3 anos, acessando segmentos como alimentos, proteínas, citrus, distribuidores, indústrias de fertilizantes e defensivos, Fiagros, etc. “Nosso trabalho é assessorar a empresa em possíveis alternativas estratégicas na busca por capital, seja por uma emissão de dívida via mercado de capitais, como emitir um CRA (Certificado de Recebíveis do Agronegócio) ou um FIDC (Fundo de Investimento em Direito Creditórios), ou até mesmo se houver o desejo de fazer um IPO na Bolsa ou a entrada de um sócio minoritário para apoiar no crescimento com novo capital”, diz Thiago Balbo, que atua há cinco anos na XP, sendo um dos responsáveis pelo agronegócio no banco de investimento da XP. O executivo reforça que o agronegócio é o principal catalisador da economia do Brasil e tem sido protagonista em puxar o Produto Interno Bruto (PIB) do país. Além disso, o setor tem tido enorme sucesso em se modernizar e aderir a uma sólida estrutura de governança corporativa, o que deixa o investidor cada vez mais confortável em participar do financiamento dessa cadeia tão importante para economia nacional. “A XP acredita muito no modelo AgriConnection. É disruptivo, novo, e sem mágica. É simples,



A XP acredita muito no modelo AgriConnection. É disruptivo, novo, e sem mágica. É simples, mas tem um diferencial muito grande, que ninguém pensou antes.

Thiago Balbo,
XP Investimentos

mas tem um diferencial muito grande, que ninguém pensou antes. Atende ao produtor com preços competitivos e portfólio completo. Tem um potencial enorme. E vamos ajudá-los a alcançar voos maiores. Conectar a indústria ao

produtor final com eficiência. O desafio da XP de revolucionar o mercado financeiro no Brasil tem uma identificação profunda com a AgriConnection, que também traz esse objetivo dentro do setor de insumos”, conclui. **AR**



Thiago Balbo, da XP Investimentos: “Atende o produtor com preço competitivo e portfólio completo”.



CONECTANDO O CAMPO AO MERCADO DE CAPITAIS

Com uma ambição de ser a maior e mais eficiente empresa de acesso do mercado agro brasileiro, a **Agriconnection** não para de inovar.

Agriconnection lança fundo próprio de investimento, oferecendo maior agilidade e credibilidade nas operações de créditos e possibilidades para seus clientes.



Conacredi Agro 2023 será realizado em novembro



Mayra Delfino, diretora do Conacredi, no lançamento do evento, no ano passado: congresso consolidado.

O Congresso Nacional de Crédito no Agronegócio, um dos mais importantes eventos do setor no país e o maior dedicado ao crédito para produtores rurais, será realizado nos dias 07 e 08 de novembro, no Centro de Convenções Frei Caneca, em São Paulo (SP), com transmissão para todo o mundo através de uma plataforma exclusiva.

A diretora do Congresso, Mayra Delfino, destaca a importância da concessão de crédito para o setor agrícola. "Sem financiamento, tudo fica mais difícil para o agro", diz, acrescentando que o evento tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento do agronegócio brasileiro, em especial para a concessão de crédito. "Levamos esse compromisso com o desenvolvimento do Agro muito a sério!", reforça.

O evento já está consolidado com um dos mais renomados do Agronegócio do país. Na edição deste ano, vão

marcar presença mais de 30 marcas parceiras e são esperadas mais de 700 pessoas vindas de vários estados, além daquelas que vão participar pela internet. O formato híbrido torna o congresso uma oportunidade única para profissionais e empresários de vários segmentos que atuam no país e no exterior conhecerem as principais novidades e tendências do crédito para o Agronegócio.

Serão debatidos e aprofundados temas importantes como gestão de riscos, ativos do agronegócio e alternativas de financiamentos. A apresentação do evento será da jornalista e apresentadora do Canal TerraViva Lilian Munhoz, referência na comunicação agro brasileira.

A quinta edição do Conacredi traz uma novidade, o Conacredi Awards, premiação em reconhecimento aos melhores profissionais de crédito e cobrança no setor do agronegócio,

Conacredi em números:

04 edições

74h
de conteúdo

30h
de networking

59
patrocinadores

139
palestrantes

+7.650
participantes

que tenham desenvolvido cases de sucesso em sua área de atuação. Os palestrantes convidados são profissionais e gestores reconhecidos nacionalmente em suas áreas de atuação e o networking proporcionado pelo evento é intenso. **AR**

Segmentos onde atuam participantes do Conacredi:

- Indústrias de defensivos, fertilizantes e sementes
- Tradings
- Bancos
- Securitizadoras
- Investidores do setor
- Fundos de investimentos
- Seguradoras
- Gestores de fundos
- Resseguradoras
- Corretoras
- Seguradoras de Crédito
- Cooperativas que concedem crédito a cooperados
- Associações e Federações específicas do setor
- Meio acadêmico de interesse



GRUPO
PUBLIQUE

PRESEÇA TOTAL NO AGRO

CONHEÇA TODOS OS NOSSOS PRODUTOS E SERVIÇOS



PUBLIQUEAGÊNCIA
PROPAGANDA & MARKETING
A AGÊNCIA DO AGRONEGÓCIO

publique.com

PRODUTOS / SERVIÇOS

- Agência de Propaganda
- Relacionamento com a Mídia
- Audiovisual
- Banco de Imagens
- Consultoria Et RP
- Editora
- Eventos
- Marketing Digital
- Publique News
- Publique Views



FALA CARLÃO
A PRATELEIRA DE CADA DO AGRONEGÓCIO

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

PRODUTOS / SERVIÇOS

- Programa Fala Carlão
- Domingão do Carlão
- Cobertura de Eventos
- Apresentação de Lives e Eventos Presenciais e Digitais
- Mestre de Cerimônias
- Coordenação e Mediação de Debates



AR
AgroRevenda
A Plataforma de Conteúdo de Distribuição Agro

agrovevenda.com.br

PRODUTOS / SERVIÇOS

- Revista Impressa
- Portal AgroRevenda
- Canal AgroRevenda
- Papo de Prateleira
- AR News
- Podcast Radar Agro



AgroCooperativas
O melhor das Cooperativas Brasileiras

agrocooperativas.com.br

PRODUTOS / SERVIÇOS

- Canal AgroCooperativas
- Comunidade Instagram
- Comunidade Facebook
- Encarte Rev. AgroRevenda



FALANDO de Bichos
TUDO DE PET. TUDO DE BOM.

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

PRODUTOS / SERVIÇOS

- Canal Falando de Bichos
- Comunidade Instagram
- Comunidade Facebook
- Encarte Rev. AgroRevenda



RECALCULANDO
SAÚDE E FELICIDADE

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

PRODUTOS / SERVIÇOS

- Canal Recalculando
- Comunidade Instagram
- Comunidade Facebook
- Palestras



Turista Profissional
[.com.br](http://turistaprofissional.com.br)

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

PRODUTOS / SERVIÇOS

- Site
- Canal Turista Profissional
- Comunidade Instagram
- Comunidade Facebook
- Palestras

WWW.
grupopublicue
.com.br

Mercado de bioinsumos movimentou R\$ 3,3 bilhões

A taxa de crescimento anual de 2018 a 2022 foi de 61,2%

O mercado de bioinsumos vem crescendo exponencialmente nos últimos anos. Isso é reflexo de uma demanda mundial por uma agricultura mais produtiva, saudável e sus-

tentável. No Brasil, o movimento de alta do setor vem se consolidando há alguns anos. Os bioinsumos caíram no gosto do agricultor brasileiro e deixaram de ser somente uma alternativa em relação aos

defensivos químicos. A prova disso são os números que avançam a cada dia. Segundo um estudo da CropLife Brasil, feito em parceria com a S&P Global, o valor estimado do mercado brasileiro de




“Estamos testemunhando uma revolução sustentável no campo. Os bioinsumos já são a realidade da agricultura brasileira”.

A pesquisa também constatou que, entre 2018 e 2022, a taxa de crescimento anual (CAGR) de biodefensivos foi de 61,2%. Além disso, na safra de 2021/2022, a taxa média de adoção de controle biológico subiu para 28% do total da área plantada em lavouras no País, que é estimada pela Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) em 85,7 milhões de hectares. Em 2019/2020, a taxa média de adoção era cerca de 17%. Isso prova o crescimento acelerado do mercado que tão é falado pelos especialistas e agricultores.

Boa parte do mercado de bioinsumos é impulsionado por grandes culturas, como soja e milho. O estudo analisou oito culturas em oito estados diferentes, totalizando uma área de 47 milhões de hectares, onde os dados da pesquisa apontaram uma taxa de adoção de controle biológico perto de 39%, ou seja, em 16,6 milhões de hectares, os produtores fizeram pelo menos uma aplicação. E a previsão é que esse segmento bilionário avance ainda mais. O estudo projeta um valor próximo a R\$17 bilhões para o setor até 2030, considerando uma taxa de crescimento anual de 23%.

Os números desta indústria, que impressionam a todos, acompanham as proporções do Brasil e o avanço tecnológico que o agronegócio nacional

vem incorporando às práticas do campo. Outro fator a se considerar, é que o País é um dos maiores produtores agrícolas do mundo, com cerca de duas safras por ano e referência em agricultura tropical, que, diferentemente de outros continentes, como a Europa, enfrentam desafios muito maiores com pragas e doenças nas lavouras. Nesse cenário, por exemplo, os biológicos já desempenham um papel fundamental no combate e prevenção de pragas endêmicas, como a Cigarrinha do Milho (*Dalbulus maidis*).

Claro que esse aumento também deve ser creditado ao processo regulatório brasileiro, que vem se modernizando. O que já foi um dos principais entraves para a popularização dos bioinsumos, hoje se mostra mais maleável no quesito tempo de espera para aprovação. Atualmente, contamos com um ciclo que prioriza a agilidade e eficiência na análise de novos produtos, mas ainda temos um bom caminho pela frente. Com o Projeto de Lei 3668/2021 em andamento, talvez, em breve, tenhamos uma legislação efetiva, capaz de unificar todos os produtos biológicos, incluindo os que tenham aspecto de controle, estímulo e nutrição para as plantas. Estamos testemunhando uma revolução sustentável no campo. Os bioinsumos já são a realidade da agricultura brasileira. 

biodefensivos foi estimado em cerca de R\$ 3,3 bilhões para a safra 2021/2022. Isso representa um crescimento de 219% em relação ao valor de mercado da safra anterior, estimada em R\$ 1,03 bilhão.

Agronegócio avalia Reforma Tributária

Entidades do setor analisam o texto-base aprovado na Câmara dos Deputados, que agora vai para apreciação do Senado. Avaliações variam entre apoio e críticas



Aguardada e discutida ao longo das últimas décadas no Brasil, a reforma do sistema tributário brasileiro deu finalmente seu primeiro grande passo, na noite de 6 de julho, quando a Câmara dos Deputados aprovou, em segundo turno, por 375 votos favoráveis e 113 contrários, o texto-base do novo modelo de cobrança de impostos no país. Apesar do avanço importante, a Proposta de Emenda Constitucional (PEC) 45/19 segue para o Senado, onde pode sofrer alterações. A expectativa é que a proposta só seja votada pelos senadores no final do ano.

Mesmo que haja possibilidade de mudanças, o grosso do conjunto de novas regras já está desenhado. O que já foi aprovado até agora teve uma recepção diversificada no Agronegócio. Para alguns segmentos, como as cooperativas, o texto-base foi motivo de comemoração. Para outros, é preciso aprofundar melhor as discussões da reforma para se ter certeza de que não haverá aumento de impostos ou injustiças tributárias.

Em artigo assinado pela coordenadora Jurídica Isabelle Brentegani Helene e pelo diretor de Relações Institucionais Geraldo Mafra, a Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários (Andav) destaca que os impactos da reforma não serão imediatos, uma vez que entrará em vigor gradualmente até 2026. Ressalta também os pontos que atenderam as demandas do setor agropecuário, como a alíquota zero para produtos da cesta básica; alíquota diferenciada para produtos agropecuários, com redução de 60% na base de referência; e alíquota zero para o produtor rural pessoa física.

A entidade chama a atenção, porém, para a necessidade de se considerar o impacto macroeconômico da Reforma sobre o comportamento dos investidores estrangeiros. O risco é ter no país um ambiente de instabilidade jurídica. "Tal fator se deve ao período de transição da reforma, que só entrará em plena vigência a partir de 2033, permitindo a possibilidade de alterações

no texto ao longo desse intervalo, e causando potenciais instabilidades nas regras estabelecidas", diz o artigo da Andav.

Os autores enfatizam também que se deve analisar o fato de a mudança na carga tributária não afetar diretamente a composição de preços das commodities como milho, soja, café e algodão, uma vez que seus valores são definidos pelo mercado internacional. "Desse modo, independente da carga tributária, o preço final desses produtos não sofrerá alterações."

Ao tratar dos desdobramentos das mudanças previstas pelo projeto da Reforma Tributária para o segmento da Distribuição de Insumos Agropecuários, os articulistas observam que um possível aumento nos custos de produção para os agricultores, devido a uma eventual elevação da carga tributária, poderia resultar na diminuição da quantidade e rentabilidade da produção. A consequência seria um impacto no consumo e compra de insumos agrícolas, afetando diretamente os distribuidores, mesmo diante da redução da alíquota desses produtos.

"Essa situação pode ser particularmente desafiadora para os produtores rurais de pequeno e médio porte, que podem não ter condições de absorver o aumento de custos, em razão da impossibilidade de redução de suas margens", alertam.

Outro ponto destacado pelos autores é a aprovação da chamada emenda "aglutinativa". Trata-se de um conjunto

de propostas de vários setores para serem anexadas ao texto principal. Ao todo, a emenda tem 35 páginas. No artigo 20, trata de um tema que não foi debatido nas comissões e grupos de trabalho da Reforma Tributária. O dispositivo prevê que estados e o Distrito Federal poderiam instituir contribuição sobre produtos primários e semielaborados, produzidos nos respectivos territórios, para investimento em obras de infraestrutura e habitação. Na prática, os estados poderão tributar, por exemplo, petróleo, minério de ferro, gás, energia e produtos agrícolas destinados à exportação.

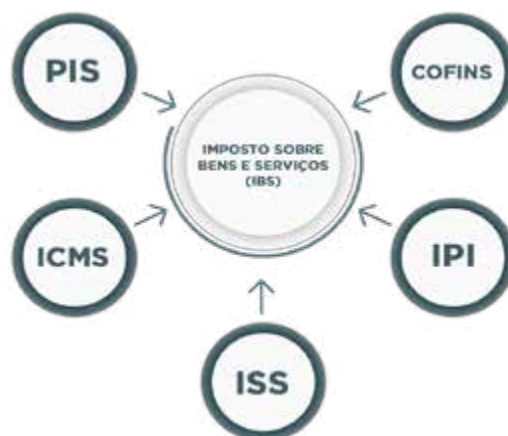
Esse tributo entraria em vigor em 31 de dezembro de 2043 e poderá ser adotado em pelo menos 17 unidades federativas. Entidades que representam esses segmentos vão defender no Senado a abertura de diálogo para que esse artigo seja suprimido da matéria. “O artigo é novo, mas, segundo os tributaristas, trata de um problema antigo. Alguns estados já cobram uma contribuição parecida, e foram justamente esses estados que

pediram a inclusão desse artigo na reforma. Dezenas de ações judiciais, inclusive no Supremo Tribunal Federal, questionam a cobrança”.

Isabelle Brentegani e Geraldo Mafra avaliam que a Reforma aprovada pela Câmara acarretará mudanças significativas no sistema tributário nacional, com o intuito de simplificar e reformular a tributação relacionada ao consumo. Mas enfatizam que será preciso analisar com maior profundidade os possíveis reflexos, que poderão não atender o objetivo maior da

PEC, que é mitigar os impactos da carga tributária.

“Embora sejam identificados benefícios específicos para o setor agropecuário, é de suma importância monitorar de perto o impacto nos custos de produção e o comportamento dos investidores estrangeiros. A implementação gradual das novas diretrizes nos próximos anos permitirá uma compreensão mais precisa dos efeitos provenientes da Reforma e de sua influência abrangente na Distribuição de Insumos Agropecuários e na economia em sua totalidade”, finalizam. **AR**



IBS SUBSTITUI 5 TRIBUTOS

- PROPOSTA SIMPLIFICA O SISTEMA TRIBUTÁRIO, SUBSTITUINDO CINCO TRIBUTOS (PIS, COFINS, IPI, ICMS E ISS) PELO IMPOSTO SOBRE BENS E SERVIÇOS (IBS)
- TRANSIÇÃO VAI DEMORAR DEZ ANOS, SEM REDUÇÃO DA CARGA TRIBUTÁRIA
- PROPOSTA TAMBÉM CRIA O IMPOSTO SELETIVO FEDERAL, QUE INCIDIRÁ SOBRE BENS E SERVIÇOS CUJO CONSUMO SE DESEJA DESESTIMULAR, COMO CIGARROS E BEBIDAS ALCOÓLICAS

CARACTERÍSTICAS DO IBS:

- TERÁ CARÁTER NACIONAL, COM ALÍQUOTA FORMADA PELA SOMA DAS ALÍQUOTAS FEDERAIS, ESTADUAIS E MUNICIPAIS. ESTADOS E MUNICÍPIOS DETERMINAM SUAS ALÍQUOTAS POR LIEI
- INCIDIRÁ SOBRE BASE AMPLA DE BENS, SERVIÇOS E DIREITOS, TRIBUTANDO TODAS AS UTILIDADES DESTINADAS AO CONSUMO
- SERÁ COBRADO EM TODAS AS ETAPAS DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO
- SERÁ NÃO-CUMULATIVO
- CONTARÁ COM MECANISMO PARA DEVOLUÇÃO DOS CRÉDITOS ACUMULADOS PELOS EXPORTADORES
- SERÁ ASSEGURADO CRÉDITO INSTANTÂNEO AO IMPOSTO PAGO NA AQUISIÇÃO DE BENS DE CAPITAL
- INCIDIRÁ EM QUALQUER OPERAÇÃO DE IMPORTAÇÃO (PARA CONSUMO FINAL OU COMO INSUMO)
- NAS OPERAÇÕES INTERESTADUAIS E INTERMUNICIPAIS, PERTENCERÁ AO ESTADO E AO MUNICÍPIO DE DESTINO



ENTIDADES CONSEGUEM ISONOMIA

Em manifesto encaminhado ao Congresso, um grupo de seis entidades do agronegócio, incluindo a Andav, já havia feito críticas ao texto apresentado na Câmara dos Deputados. Segundo elas, a proposta “evidenciou o tratamento diferenciado a setores do agronegócio que atuam no mesmo segmento”. Além disso, novas alterações no texto poderiam ampliar as assimetrias, “gerando concorrência desleal e usando recursos públicos para criar um ambiente negativo de negócios no setor, o que afeta cadeias importantes já consolidadas e fundamentais para o equilíbrio e livre concorrência de mercado, salutar para o produtor rural e para a economia nacional”.

Assinam a manifestação a Associação Brasileira das Indústrias de Óleos Vegetais (ABIOVE), Associação das Empresas Cerealistas do Brasil (ACEBRA), Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários (ANDAV), Associação dos Produtores de Biocombustíveis do Brasil (APROBIO), Sindicato Nacional da Indústria de Alimentação Animal (SINDIRAÇÕES) e União Brasileira do Biodiesel e Bioquerosene (UBRABIO).

As entidades destacam que os segmentos do agro na originação, armazenamento, distribuição de insumos e defensivos, produção de biocombustíveis, óleos vegetais, rações para alimentação animal, exportação de grãos e farelo atendem ao mercado nacional e internacional e terão, na forma como o texto foi apresentado, distorções tributárias em relação ao proposto pelas cooperativas agrícolas. “O artigo 146, apresentado no substitutivo, é fator de desequilíbrio na cadeia, e uma eventual alteração e ampliação dos benefícios e incentivos agravará o ambiente de negócios no agro”, defendem.

As instituições pediam que fossem asseguradas garantias constitucionais da isonomia tributária, livre iniciativa e livre concorrência, permitindo um tratamento igualitário entre seus setores, cada qual com suas características, assegurando que as medidas tributárias sejam aplicadas de forma justa.

“Entendemos ser extremamente necessária uma Reforma Tributária que gere competitividade, o não aumento de impostos e, principalmente, justiça tributária. Acreditamos no diálogo e entendimento entre os líderes para promover as mudanças necessárias e positivas em nosso sistema tributário nacional, porém, com a responsabilidade de não prejudicar milhões de empregos e empresas estabelecidas e fortes no agronegócio nacional”, diz o documento.

A solicitação das entidades foi atendida e, através de Lei complementar, ficou assegurado no texto “isonomia e livre concorrência” para as atividades do setor.



MAIS VOTAÇÕES SERÃO NECESSÁRIAS

A tramitação da PEC no Congresso Nacional estabelece que a proposta seja aprovada em dois turnos por dois terços da Câmara e do Senado para que possa entrar em vigor. Caso o Senado faça alguma alteração, a PEC precisa voltar à Câmara para ser novamente votada. Até o fechamento desta edição, o texto ainda não havia sido encaminhado ao Senado.

O presidente do Senado, Rodrigo Pacheco, nomeou o senador Eduardo Braga (MDB-AM) para ser o relator da reforma na Casa. Braga já antecipou que o Senado deverá fazer mudanças no texto base aprovado pela Câmara. A expectativa dele é que os senadores votem a proposta e a devolvam à Câmara até meados de outubro. Assim, os deputados deverão votar novamente a matéria e reencaminhar ao Senado, para que a aprovação final ocorra ainda esse ano.

RONALDO CAIADO QUER MUDANÇAS

No meio político, uma voz se destacou entre os críticos da Reforma Tributária, a do governador de Goiás, Ronaldo Caiado (União Brasil). Ele afirma que a proposta é condenável pelo conteúdo e pela forma como foi apresentada na Câmara. Para Caiado, a PEC foi apresentada para votação sem antes passar por análises pelas comissões e vai prejudicar estados e o agronegócio.

Ele disse que recebeu com estranheza a tramitação da matéria na Câmara. "A vida toda como deputado e senador que fui, existe um ritual que tem que cumprir. São as normas de procedimento, é uma emenda à Constituição Brasileira", destacou, em entrevista ao Estado de Minas.

"Não pode ter texto com inovação dentro do texto final que não tenha sido debatido dentro da comissão, acrescenta.

"Nunca vi isso na minha vida. Um texto, que não existe, ser lido e apresentado aos deputados e entrar em processo de votação", destacou. A crítica é direcionada ao relator Aguinaldo Ribeiro, que não teria dado transparência às versões do texto e nem apresentado os rascunhos da lei complementar que deverá detalhar a Reforma.

O governador antecipou ao Estado de Minas que vai buscar no Senado mudanças no texto. Um dos pontos diz respeito à criação do Conselho Federativo, que ele pretende conseguir derrubar. "Acredito que eles [os senadores] não admitiriam de maneira nenhuma um Conselho Federativo que revoga a cláusula pétrea e retira a autonomia dos estados e dos municípios. Acho que lá, a nossa chance de derrubar o Conselho Federativo é muito forte."

Na avaliação de Caiado, o texto traz também prejuízos ao agronegócio. Quando a tributação sobre o setor atinge 30% ou 35%, já há prejuízo para o setor. A carga de tributos sobre os insumos será muito alta e os produtores estão perto de ter dificuldades para continuar com o mesmo nível de aplicação de defensivos, adubos, sementes.



INSTITUIÇÕES COMEMORAM APROVAÇÃO

Em manifesto encaminhado ao Congresso, um grupo de seis entidades do agronegócio, incluindo a Andav, já havia feito críticas ao texto apresentado na Câmara dos Deputados. Segundo elas, a proposta "evidenciou o tratamento diferenciado a setores do agronegócio que atuam no mesmo segmento". Além disso, novas alterações no texto poderiam ampliar as assimetrias, "gerando concorrência desleal e usando recursos públicos para criar um ambiente negativo de negócios no setor, o que afeta cadeias importantes já consolidadas e fundamentais para o equilíbrio e livre concorrência de mercado, salutar para o produtor rural e para a economia nacional".

Assinam a manifestação a Associação Brasileira das Indústrias de Óleos Vegetais (ABIOVE), Associação das Empresas Cerealistas do Brasil (ACEBRA), Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários (ANDAV), Associação dos Produtores de Biocombustíveis do Brasil (APROBIO), Sindicato Nacional da Indústria de Alimentação Animal (SINDIRAÇÕES) e União Brasileira do Biodiesel e Bioquerosene (UBRABIO).

As entidades destacam que os segmentos do agro na originação, armazenamento, distribuição de insumos e defensivos, produção de biocombustíveis, óleos vegetais, rações para alimentação animal, exportação de grãos e farelo atendem ao mercado nacional e internacional e terão, na forma como o texto foi apresentado, distorções tributárias em relação ao proposto pelas cooperativas agrícolas. "O artigo 146, apresentado no substitutivo, é fator de desequilíbrio na cadeia, e uma eventual alteração e ampliação dos benefícios e incentivos agravará o ambiente de negócios no agro", defendem.

As instituições pediam que fossem asseguradas garantias constitucionais da isonomia tributária, livre iniciativa e livre concorrência, permitindo um tratamento igualitário entre seus setores, cada qual com suas características, assegurando que as medidas tributárias sejam aplicadas de forma justa.

"Entendemos ser extremamente necessária uma Reforma Tributária que gere competitividade, o não aumento de impostos e, principalmente, justiça tributária. Acreditamos no diálogo e entendimento entre os líderes para promover as mudanças necessárias e positivas em nosso sistema tributário nacional, porém, com a responsabilidade de não prejudicar milhões de empregos e empresas estabelecidas e fortes no agronegócio nacional", diz o documento.

A solicitação das entidades foi atendida e, através de Lei complementar, ficou assegurado no texto "isonomia e livre concorrência" para as atividades do setor.

A polêmica taxa de juros do Brasil!

Que os ajustes da reforma fiscal resultem em percepção mais sustentável dos fatores macroeconômicos e financeiros da economia brasileira

Geraldo Sant'Ana de Camargo Barros - Coordenador Científico do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea) da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq) da Universidade de São Paulo (USP)



A função precípua do Banco Central brasileiro é o controle da inflação, tendo em conta a sua meta estabelecida pelo CMN (Conselho Monetário Nacional – composto pelos Ministros da Fazenda e do Planejamento, mais o Presidente do Banco Central), o que vem sendo feito desde a virada deste século. Este Conselho, ao determinar a meta de inflação, deve ter em conta a sua viabilidade, no médio prazo, tendo em conta as condições econômicas, financeiras e sociais do País. O Copom (Comitê de Política

Monetária, formado por diretores do Banco), então, estabelece a taxa básica de juros (Selic), instrumento pelo qual a inflação é controlada em direção à sua meta.

A teoria macroeconômica que predominantemente embasa o sistema de metas de inflação tem sido referida como o Novo Consenso Macroeconômico que se estabeleceu como mainstream no final do século XX. Dezenas de países desenvolvidos (incluindo Estados Unidos e União Europeia) e emergentes utilizam esse

sistema com diferentes graus de tolerância ao montante e à duração de desvios dessa meta. Os modelos econômicos em que se baseiam esses bancos centrais têm como principal marcador na determinação da taxa básica de juros a expectativa de inflação colhida junto aos agentes econômicos. Essa expectativa é formada a partir da avaliação do comportamento futuro da oferta e da demanda agregadas para o país.

Do lado da oferta, ganha destaque a evolução de longo prazo da



Figura 1: Índices de Preços aos produtores e aos consumidores 2019 (1º trimestre) - 2022 (4º trimestre)
 Fontes: FGV, IBGE, CEPEA, Cálculos do autor.

produtividade (resultado de infraestrutura, capital humano e tecnologia e eficiência). Ainda do lado da produção, inflação e sua expectativa se movem em função de choques de oferta (quebra de safra, crises internacionais que comprometam o comércio, etc.). Do lado da demanda, a atenção volta-se principalmente às políticas fiscais e monetárias que afetam o consumo e o investimento. É bom ter em conta que o investimento – tal como o consumo – no curto prazo, pressiona a demanda e os preços; no longo prazo, após sua maturação, viabilizam aumentos de oferta. Assim, no curto prazo, do ponto de vista da inflação, não importa se os gastos públicos destinam-se a consumo ou investimento. Importa evidentemente se esses gastos serão bem administrados e se são compatíveis com a capacidade de endividamento do setor público (relação dívida/PIB). Incertezas

quanto a esse aspecto podem levar a que, ao longo do tempo, para financiar suas atividades, o governo tenha de pagar taxas de juros cada vez mais elevadas, chegando, no limite, à insolvência. Neste estágio, as taxas de juros e de inflação serão extremamente elevadas. Trata-se de algo que deve ser evitado de todas as formas possíveis.

A expectativa de inflação tem se mostrado fundamental para determinação da inflação a ser observada. Estudos do Cepea estimam que um aumento na expectativa de inflação causa elevação pouco mais que proporcional na inflação observada. Daí a importância de que as expectativas sejam, na medida do possível, mantidas ancoradas na meta de inflação. Para isso, é fundamental manter a taxa de juros e as políticas fiscais (superávit fiscal ou teto de gastos) condizentes com

a meta fixada pela CMN e buscada pelo Copom. A credibilidade da autoridade monetária ajuda na ancoragem e depende do histórico da convergência da inflação e sua meta ao longo do tempo. Em economia, as expectativas, quando convergem à determinada cifra para a maioria dos agentes de mercado, como regra, tendem a se confirmar. É o caso de quando o governo planeja e implementa estimular a demanda agregada, expandindo seus gastos num contexto de uso quase completo da capacidade produtiva. O Banco Central tem de agir, elevando os juros (encarecendo créditos, financiamentos e prestações), contendo consumo e investimento e evitando essa expansão inflacionária da demanda.

Ao contrário do senso comum, o Banco Central pode precisar agir mesmo diante de um choque de oferta (aumento do preço do petróleo,

quebra de safra, desvalorização cambial, por exemplo). Caso contrário, tanto vendedor como comprador concordam mais facilmente em elevar o preço do bem ou o serviço que estão negociando. O vendedor decide tendo em conta que, se a inflação aumentar, como espera, terá que pagar mais caro para repor seu estoque. O comprador – ao invés de reduzir seu consumo – o mantém e concorda em pagar mais pelo bem. O consumidor conta com que seus salários e rendas – em vista do conhecido processo de indexação nos contratos – serão corrigidos aproximadamente pela inflação e, com isso, aceitam mais cordadamente as remarcações de preço. É o caso, por exemplo, do petróleo e dos bens cujo transporte o utiliza. Para conter essa onda inflacionária consensual que se forma seguindo um choque de

oferta, a atuação do Banco Central pode ser necessária. Se o Banco não agir, os agentes econômicos podem entender que a inflação maior vai ser tolerada: preços e rendas vão crescer em espiral. A verdade dos fatos, entretanto, é que a oferta de petróleo está menor e se a demanda continuar a mesma (devido à espiral), os preços irão subir indefinidamente para racionar a menor oferta entre os consumidores. O aumento dos juros básicos diante de um choque restritivo de oferta é a forma de evitar a formação dessa espiral e conseqüente aumento de expectativas, com a alta de preços se disseminando mesmo entre setores econômicos não afetados diretamente pelo choque inicial.

Examinemos a trajetória da taxa básica de juros no Brasil a partir de 2020 até 2022, período marcado

mundialmente pela crise da Covid-19 e pela guerra decorrente da invasão da Ucrânia pela Rússia. Economicamente, a crise e seu gerenciamento implicaram redução e transtornos do lado da oferta, além de quedas de renda e da demanda, com extremos custos sociais. Os governos reagiram aumentando seus gastos com grau variável de presteza vindo em socorro da população, especialmente as faixas mais carentes. A demanda se recupera na frente da oferta.

A Figura 1 mostra os índices trimestrais – começando no primeiro trimestre de 2019 – de preços aos produtores agropecuários (IPPA/Cepea), da indústria (IPA IND) e geral (IPA) da FGV. Fica evidenciado que IPPA/Cepea registrou as maiores altas, terminando 2020 68% mais alto do que em 2019, primeiro



Figura 2: Taxas Trimestrais de SELIC nominal e real, do IPCA e do Hiato (eixo direito)
Fontes: IBGE, FGV, IFI, IPEADATA. Cálculos do autor.


trimestre. Os patamares mais altos ocorreram ao longo de 2021: IPPA/Cepea alcançou o dobro do valor no início da série; os preços industriais ficaram cerca de 90% mais altos. Os preços aos produtores em geral (IPA) e os da indústria (IPA IND) seguiram tendências similares, porém, algo mais moderados. Os índices de preços aos consumidores, tanto só de alimentos (IPCA AL) como o geral (considerando-se todos os bens e serviços de consumo: IPCA), também cresceram, se bem que, como de costume, a taxas bem menores do que os preços aos produtores. Os alimentos terminaram 2020 perto de 20% mais caros do que no começo de 2019 e encerraram 2022 em torno de 40% maiores. O IPCA geral estava cerca de 7% mais alto no fim de 2020, 27% um ano depois e nesse nível permaneceu até o final de 2022. As mudanças – para cima e para baixo – de preços ao consumidor são, como regra, mais suaves do que ao produtor porque as margens entre esses dois níveis de mercado são relativamente mais estáveis do que os preços aos produtores. Por exemplo: itens de custos como salários, aluguéis, tarifas de utilidades, contratos em geral são reajustados anualmente. Enquanto isso, os preços aos produtores estão quase em permanentes mudanças decorrentes de saltos na safra (no caso dos agropecuários), custos de insumos e componentes importados e também de valores auferidos pela produção exportada (com forte influência da volatilidade cambial). Boa parte da alta do IPPA e do IPCA de alimentos em 2020 e 2021 deveu-se também ao aumento significativo e não esperado das transferências assistenciais públicas de renda que ocorreram quando as decisões de produção já estavam tomadas sem

que fosse antecipado esse aumento de demanda. Os preços industriais aumentaram também em função da maior demanda por bens possibilitada pelas economias forçadas com a redução do uso de serviços.

Como reação à alta generalizada de preços, a taxa Selic, que vinha em queda, começa a crescer em 2021 e continua acelerada em 2022 como indica a Figura 2, que traz as taxas trimestrais da Selic nominal e real (descontada a inflação) e do IPCA. Traz também o Hiato do Produto. Este é uma medida percentual da diferença entre o PIB observado e o PIB potencial, que representa o valor do PIB que poderia ser produzido usando toda a capacidade produtiva sem pressão inflacionária. Nota-se que, no segundo trimestre de 2020, o Hiato fica bastante negativo devido à crise da Covid-19, mas, durante 2021, há um forte aquecimento da economia com elevação do Hiato – face às injeções de renda assistencial e volta paulatina ao trabalho – que, ainda assim, permanece negativo. Esse aquecimento provoca tensão inflacionária. O Hiato aproxima-se de zero em 2022, tornando-se positivo. Nesse contexto, aumentos de demanda tendem a conduzir a significativos aumentos de inflação.

A taxa de inflação – em torno de 4,5% anualmente de 2019 e 2020 – ultrapassa 10% em 2021 – embora a economia apresentasse capacidade ociosa, que decrescia, porém, de forma acelerada. Em 2022, a inflação anual chega a quase 6%. A alta da Selic real em 2021 parte de um valor real negativo, o qual torna-se positivo apenas em meados de 2022, observando-se expressiva queda do IPCA no terceiro trimestre

de 2022. Mas a tendência de alta é retomada, se bem que mais moderada. Do lado fiscal, superávits primários (sem cômputo dos gastos com juros sobre a dívida pública) têm-se mantido em média quase em 1,5% do Produto Interno Bruto (PIB) desde o último trimestre de 2021. A dívida pública persiste acima de 70% do PIB, com expectativa de alcançar 78% no final de 2023 e atingir 80% em 2024, segundo o Instituto Fiscal Independente (IFI). É restrita, portanto, a viabilidade de continuidade de políticas fiscais expansionistas (gastos maiores do que receitas). O governo precisa fazer escolhas segundo suas prioridades, contendo o crescimento dos gastos e viabilizando, assim, a sustentabilidade da dívida pública.

As expectativas de inflação feitas pelos agentes de mercado, coletadas pelo Banco Central (Pesquisa Focus), apontam para 5,9% em 2023, acima da meta, portanto, de 3,25%; para 2024, as expectativas são de 4%, sendo a meta de 3%. Os agentes econômicos ainda não se convenceram de que as necessárias escolhas serão realizadas. Não há ainda, assim, espaço para uma redução segura seja da meta de inflação, seja da taxa Selic real. O risco é de uma maior 'desancoragem' das expectativas e de necessidade de substancial elevação de juros para trazer a inflação a uma meta reduzida. Resta a possibilidade otimista de que os ajustes implementados à reforma fiscal, em análise no Congresso Nacional, conduzam os agentes econômicos a uma percepção mais otimista e sustentável dos fatores macroeconômicos e financeiros da economia brasileira. 

O Agro é Alysson Paolinelli!

Morre um dos nomes mais simbólicos na luta pela produção de alimentos, combate à fome no mundo e ação em nome da Agricultura Sustentável

Morreu no último dia 29 de junho o empresário, professor, ex-Secretário de Agricultura de Minas Gerais e ex-Ministro da Agricultura, Alysson Paolinelli, aos 86 anos. Um homem que trabalhou pela agricultura sustentável, preservação ambiental, pelo aumento da produtividade e combate à fome. Além de liderar a estruturação da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) e uma das maiores revoluções científicas da história da humanidade: tornar o Cerrado do Brasil uma área altamente produtiva de produção agrícola.

Ele se formou engenheiro agrônomo na Escola Superior de Agricultura de Lavras (MG), assumiu a Secretaria de Agricultura de Minas Gerais em 1971, enfrentou o desafio de promover uma nova abordagem produtiva baseada em tecnologia e políticas de crédito para impulsionar a modernização, tendo comandado o Ministério da Agricultura em três momentos: de 1974 a 1979, de 1991 a 1994 e de 1995 a 1998. Quando implementou políticas e estruturas governamentais que possibilitaram a expansão da revolução agrícola tropical sustentável no Brasil.

Ainda foi deputado constituinte e recebeu o Prêmio World Food Prize - Mundial da Alimentação, também conhecido como o 'Nobel' da Agricultura. Presidiu a Associação Brasileira dos Produtores de Milho (ABRAMILHO) e o Instituto Fórum do Futuro. Foi indicado ao Prêmio Nobel da Paz em 2021 e 2022. Nomeado embaixa-



Alysson Paolinelli, Pai da Agricultura Tropical e da Revolução Verde.

dor da Boa Vontade do Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA), responsável pela Cátedra Luiz de Queiroz, da Escola Superior de Agricultura da Universidade de São Paulo (ESALQ - USP) e integrante do Conselho Diretor da empresa Verde Agritech. Liderou a Confederação Nacional da Agricultura (CNA). Alysson Paolinelli passou por uma cirurgia de implante de quadril e desenvolveu uma doença respiratória grave. **AR**

“

Alysson Paolinelli
é Agro.

O Agro é

Alysson Paolinelli.

O Grupo Publique

é Agro e

Alysson Paolinelli.

Com muito orgulho!”



INPASA

PRODUTIVIDADE
SUSTENTÁVEL

FORMATOIB.com.br



Único Óleo Adjuvante à base de Milho



EXCELENTE QUALIDADES
NUTRICIONAIS



REDUTOR DE ESTRESSE



REDUTOR DE PERDAS POR
DERIVA



Compatível
com
Biológicos



IBD
INSUMO
APROVADO



OMRI
LISTED
For Driftless Use



MAIOR APROVEITAMENTO
POR APLICAÇÃO



APLICÁVEL A QUALQUER
HORA DO DIA



MAIOR VIGOR À PLANTA



IMEDIATAMENTE
BIODEGRADÁVEL



Acesse o
QR Code e
saiba mais



Comercial: (67) 99247-6344



contato@tecnologiaiop.com.br



tecnologiaiop.com.br

INPASA
MAIS QUE ENERGIA

MG12 *Panicum*

PAREDÃO



MATSUDA



**TOLERANTE
À CIGARRINHA**



ALTA PRODUÇÃO DE FORRAGEM



- ▶ Excelente valor nutricional
- ▶ Rápida rebrota

- ▶ Folhas largas e compridas

- ▶ Para pastejo direto e silagem



Sementes com até 99% de pureza, tratadas com a TECNOLOGIA SÉRIE GOLD.

MAIOR UNIFORMIDADE NA GERMINAÇÃO | SEMENTES LIVRES DE NEMATÓIDES (*Heterodera*, *Meloidogyne* sp., *Pratylenchus* sp.) | SEMENTES REVESTIDAS COM ORGANOMINERAIS | TRATADAS COM FUNGICIDA | TRATADAS COM POLÍMERO | TRATADAS COM INSETICIDA (OPCIONAL).



/grupomatsuda
(18) 3226 2000 - SP
(35) 3539 1800 - MG
www.matsuda.com.br

DESDE 1948

MATSUDA

75
ANOS

FALANDO *de* Bichos

Nº 17
AR100

TUDO DE PET. TUDO DE BOM.



Nutracêuticos reforçam IMUNIDADE E TRAZEM QUALIDADE DE VIDA AOS PETS

Rações com produtos como extratos de plantas podem contribuir positivamente para o sistema imunológico de cães e gatos

Os aditivos nutracêuticos vêm ganhando espaço no setor de pet food no Brasil, à medida que os tutores se desdobram para proporcionar maior qualidade de vida aos seus animais de estimação. A indústria reforça suas pesquisas para avaliar o uso desses aditivos nos alimentos secos e úmidos, como forma de suplementar a dieta pronta fornecida aos animais.

A supervisora de especialidades da Quimtia Brasil, Georgia Almeida, é fundamental reconhecer que a inclusão desses produtos na dieta tem contribuído para uma melhora significativa da imunidade, proporcionando assim a qualidade de vida dos pets e deixando-os menos susceptíveis a doenças. A Quimtia é especializada na fabricação de insumos para nutrição animal.

“Muitos desses produtos, como é o caso dos carotenoides, possuem diversos efeitos benéficos. Os principais carotenoides utilizados em pets são a luteína e

zeaxantina, componentes do extrato de Marigold, que possuem uma grande ação antitumoral e imunomoduladora. Alguns estudos indicam que esses compostos também aumentam a resposta de anticorpos a vacinas, trazem benefícios para a performance visual e são capazes de suprimir infecções bacterianas em cães e gatos”, afirma a especialista.


Georgia informa também, que atualmente apenas uma pequena fração das indústrias de pet food utilizam aditivos nutracêuticos. “É imprescindível que os benefícios da inclusão dessas soluções sejam expandidos, para que mais indústrias passem a considerar essa alternativa e, com isso, os animais tenham uma variedade ainda maior de ração de alta qualidade”, reforça.

Ainda segundo a especialista, o momento tem exigido cada vez mais atenção à saúde das pessoas e a preocupação tem se estendido também aos pets. Para ela, cada vez mais o consumidor do mercado pet está lendo rótulos e buscando entender as composições das rações que serão disponibilizadas para os pets, tudo com o objetivo de associá-los a uma alimentação de qualidade para os animais de estimação. “Hoje, como os pets têm sido vistos como integrantes das famílias, a preocupação com a saúde – principalmente após três

anos de pandemia de Covid19, tem se estendido também a eles [pets]”, finaliza Georgia.

O portal Novanutrii, voltado à alimentação humana, define os nutracêuticos como extratos de alimentos altamente nutritivos, que atuam de forma biologicamente ativa, auxiliando o corpo em processos metabólicos. Sua atuação envolve desde a prevenção até o tratamento de doenças. Diferente de produtos industrializados, os nutracêuticos são formados apenas por ingredientes já presentes na alimentação, mas que, dependendo da dieta, as pessoas (e animais domésticos) não conseguem consumir e absorver nas quantidades ideais.

“É por isso que são considerados totalmente orgânicos, pois concentram apenas substâncias familiares ao nosso corpo, como nutrientes, vitaminas, proteínas e minerais, as quais chamamos de substâncias bioativas”, esclarece o portal. O que vale para os humanos também ocorre com os pets.

O importante para os tutores é sempre procurar orientação de um médico-veterinário antes de adicionar qualquer item à dieta dos animais de estimação. E também buscar sempre uma loja veterinária reconhecida pela seriedade e que garanta a procedência dos produtos que comercializa. 



Mercado potencial

CONSUMO DE PET FOOD NO BRASIL PODERIA MAIS QUE DOBRAR



A indústria de pet food no Brasil deverá encerrar este ano com uma produção de 4 milhões de toneladas, um crescimento de 3% em relação ao ano anterior, que já havia apresentado bom desempenho. Mesmo com essa expansão, esse mercado deveria estar hoje na casa dos 9,5 milhões de toneladas, segundo estimativa da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet).

Isso equivale a dizer que as indústrias poderiam estar produzindo mais do que o dobro da atual produção. O presidente da Associação, José Edson Galvão de França, afirma que essa diferença entre o que é e o que poderia ser consumido de pet food no Brasil é provocada pela altíssima carga tributária sobre esses produtos e também pelo costume de muitos brasileiros de alimentar seus pets com restos de alimentação humana. A cada R\$ 1 pago pelo tutor pela ração, mais de R\$ 0,50 são impostos.

França acrescenta que as rações são produzidas seguindo critérios nutricionais que atendem as necessidades dos animais na proporção adequada. “Um cão precisa de cerca de 37 nutrientes diários e um gato, mais de 40. Para atender a essas necessidades, as fábricas seguem protocolos rígidos

de segurança e nutrição, baseadas em pesquisas acadêmicas, e atendendo exigências internacionais, já que o Brasil é um exportador de pet food”, comenta.

Já a indústria de produtos para animais de estimação como um todo deve encerrar 2023 com um

crescimento de 10,6% em seu faturamento, com um valor de R\$ 46,42 bilhões, de acordo com a Abinpet, e leva em consideração os números até o 1º trimestre de 2023. A projeção Abinpet não leva em consideração a movimentação no varejo, e não inclui a venda de animais diretamente de criadores. 🐾

- Pet food deve representar 78% do faturamento da indústria, com R\$ 36,4 bilhões e crescimento de 9,4% em relação a 2022.
- Pet vet (produtos veterinários) deve representar 15% do faturamento da indústria, com R\$ 6,87 bilhões e crescimento de 16% em relação a 2022.
- Pet care (produtos de bem-estar e higiene) deve representar 7% do faturamento da indústria, com R\$ 3,08 bilhões e crescimento de 15% em relação a 2022.



As fiscais do Mapa

VAMP E MEGA SÃO FAREJADORAS DE PRODUTOS ORGÂNICOS PROIBIDOS NO AEROPORTO DE CUMBICA

Duas fêmeas farejadoras vão ajudar fiscais a encontrar alimentos, sementes e outros produtos de natureza orgânica com entrada proibida no país.

O trabalho de fiscalização de entrada de produtos estrangeiros no principal aeroporto brasileiro, Cumbica, em Guarulhos (SP), ganhou dois novos reforços: as cadelas Vamp e Meg. Elas ajudam os fiscais do Ministério da Agricultura e Pecuária (Mapa) a encontrar produtos de natureza orgânica proibidos de entrar no Brasil por questões sanitárias. Na prática, são farejadoras não de drogas ou explosivos, mas de itens orgânicos ilegais no Brasil.

Elas fazem parte das equipes do Centro Nacional de Cães de Detecção (CNCD), que fica anexo ao aeroporto. O auditor fiscal agropecuário do Mapa Montemar Onishi explica que Vamp é uma pastora belga malinois e tem cinco anos, enquanto Meg é uma labradora Golden retriever que completou seis anos. Onishi e outro colega, Eduardo Alves, são os únicos auditores treinados para conduzir os cães. Eles passaram por teste seletivo interno, foram selecionados e treinados em Brasília.

Vamp e Meg receberam anos de treinamentos para poder trabalhar na fiscalização, para adquirir as habilidades necessárias à identificação dos produtos de natureza orgânica nas bagagens que chegam pelo aeroporto. A fase final de treinamento

delas começou em setembro do ano passado, no CNCD, quando passaram a ser ambientadas no próprio aeroporto.

Os condutores precisam acompanhar de perto o nível de estresse e cansaço dos animais, já que a atividade olfativa exige esforço do animal. “Temos que ter sensibilidade para saber se um dia uma delas não

está bem, se está cansada, se tem condições de continuar ou precisa parar”, afirmou.

Como são muito sensíveis, Vamp e Meg podem oscilar em dias de muito calor ou muito vento, por exemplo.




A princípio, elas devem atuar nas esteiras de bagagem do desembarque internacional, ao lado de dentro ou de fora das instalações. Durante o trabalho dos cães, os condutores precisam estar atentos para não “descalibrar” todo o treinamento que foi feito no CNCD, seguindo à risca o que aprenderam durante a capacitação.

As duas cadelas são um reforço na fiscalização das bagagens pelo Mapa, que atualmente já passam pelo raio-x e pela análise do perfil dos passageiros, priorizando a inspeção física das bagagens de voos com maior histórico de ocorrências. Meg e Vamp devem atuar no aeroporto de Guarulhos durante alguns anos, mas a ideia é que não se aposentem muito idosas.

“A gente sempre quer que elas parem enquanto estão bem, para que tenham uns bons anos de vida sem a atividade laboral”, diz Montemar.

No mesmo aeroporto já atuam cães

ligados à Receita e à Polícia Federal, que geralmente farejam produtos ilícitos, como drogas. Há também cachorros de empresas aéreas treinados para detectar explosivos. 

O canil do Mapa foi entregue no dia 12 de setembro e inclui uma área administrativa, onde há uma estação de trabalho para os condutores, copa/cozinha, alojamento, banheiros individuais com chuveiros para que o condutor possa permanecer no local o tempo que for preciso. Também há um espaço para armazenar insumos, como ração, medicamentos e outros materiais utilizados pelos cães, um tanque de banho para os animais, áreas de soltura e quatro baias. Uma tratadora foi contratada para cuidar dos animais todos os dias.



Onishi com Vamp e Eduardo Alves com Meg, prontos depois de longo treinamento.



As duas cadelas são um reforço na fiscalização.



Febre Maculosa

VETERINÁRIA EXPLICA OS RISCOS DA INFESTAÇÃO DO CARRAPATO ESTRELA PARA OS PETS

Especialista da Boehringer Ingelheim, dra. Karin Botteon aponta como o parasita atua no organismo de cães e a sua diferença para o carrapato mais comum

Tem ocorrido recentemente um preocupante aumento nos casos de febre maculosa no interior de São Paulo, ocasionados por carrapatos. É essencial compreender que essa doença pode afetar não apenas os seres humanos, mas também os cães. Os tutores devem estar cientes de que a febre maculosa pode ser transmitida para

seus pets por meio do carrapato estrela, cujo gênero é conhecido por *Amblyomma* sp., responsável pela disseminação das bactérias do gênero *Rickettsia*., incluindo a *Rickettsia rickettsii* responsável pela febre maculosa.

Além disso, é importante distinguir esse tipo de carrapato do *Rhipicephalus sanguineus*, espécie mais comum em cães, a fim de compreender os riscos específicos e adotar as devidas medidas preventivas. Ao conhecer as características e os comportamentos dos carrapatos, assim como estar ciente das medidas preventivas, os tutores poderão proteger seus cães contra a febre maculosa, assegurando, assim, sua saúde e bem-estar.

O *Rhipicephalus sanguineus*, também chamado de carrapato marrom do cão, é a espécie mais prevalentes deste parasita encontrada em cães. Eles possuem ampla distribuição geográfica e são encontrados em diferentes regiões do mundo, tendo como preferência por áreas quentes e secas. Por isso, também são comuns em ambientes

domésticos, como casas e quintais, onde os cães passam a maior parte do tempo.

Por outro lado, o *Amblyomma*, cujas espécies mais relevantes no Brasil são o *Amblyomma sculptum* (principal vetor da febre maculosa no Brasil), *Amblyomma cajennense* e *Amblyomma aureolatum*, conhecidos como carrapato estrela, é mais comum em áreas rurais e de vegetação densa, onde seus hospedeiros naturais, como capivaras, cavalos e outros animais selvagens, são encontrados.

Diferentemente do *Rhipicephalus sanguineus*, o carrapato estrela não infesta o interior de residências e edifícios, e não é encontrado em caminhos pavimentados ou áreas com solo exposto. A transmissão da bactéria causadora da febre maculosa ocorre durante o parasitismo prolongado do carrapato infectado, que requer acima de 4 horas de alimentação com sangue do hospedeiro. É relevante mencionar que apenas 1% dos carrapatos desse gênero estão infectados, e a bactéria será carregada pelo carrapato ao longo de sua vida. Além disso, a transmissão vertical e transtestadial nos carrapatos significa que eles já nascem infectados. Embora cães possam ser infectados



pela bactéria que causa a febre maculosa, eles não são os hospedeiros preferenciais do carrapato estrela. Normalmente, as capivaras, gambás, saguis, bois e cavalos são os hospedeiros preferidos. Os principais sintomas da febre maculosa em cães incluem febre, letargia, hiperemia (com manchas vermelhas na pele) e edema de extremidades como lábios, nariz e orelhas.

Ainda, 40% dos cães afetados podem se apresentar com sintomas neurológicos. Os sinais clínicos geralmente aparecem entre 2 e 4 dias após a infecção, mas podem ocorrer em até 14 dias. É importante ressaltar que os animais domésticos não são capazes de transmitir

a doença para seres humanos, é necessário que um carrapato contaminado se alimente do ser humano para transmitir a doença.

A fim de proteger seus animais de estimação, também é crucial estar atento às áreas de risco e adotar medidas preventivas adequadas. O carrapato estrela está presente em áreas verdes onde há circulação de seus hospedeiros, especialmente capivaras e cavalos. Isso inclui parques, praças, fazendas, pastos, matas, pesqueiros e vegetação próxima às margens de rios e lagoas. Ao evitar áreas infestadas e implementar medidas preventivas, como o uso de antiparasitários, os tutores podem redu-

zir o risco de seus pets contraírem a febre maculosa.

A conscientização e a adoção de medidas preventivas são fundamentais para evitar o aumento de casos de febre maculosa em Campinas e outras regiões. Ao proteger os animais de estimação, todos contribuem para a promoção da saúde e bem-estar dos membros da família, sejam eles humanos ou não.

A Boehringer Ingelheim dispõe em seu portfólio o Frontline Topspot, que controla as reinfestações provocadas por todas as fases de desenvolvimento dos carrapatos do gênero o *Rhipicephalus sanguineus*, Dermacentor, Amblyomma, Haemaphysalis e Ixodes. 🐾

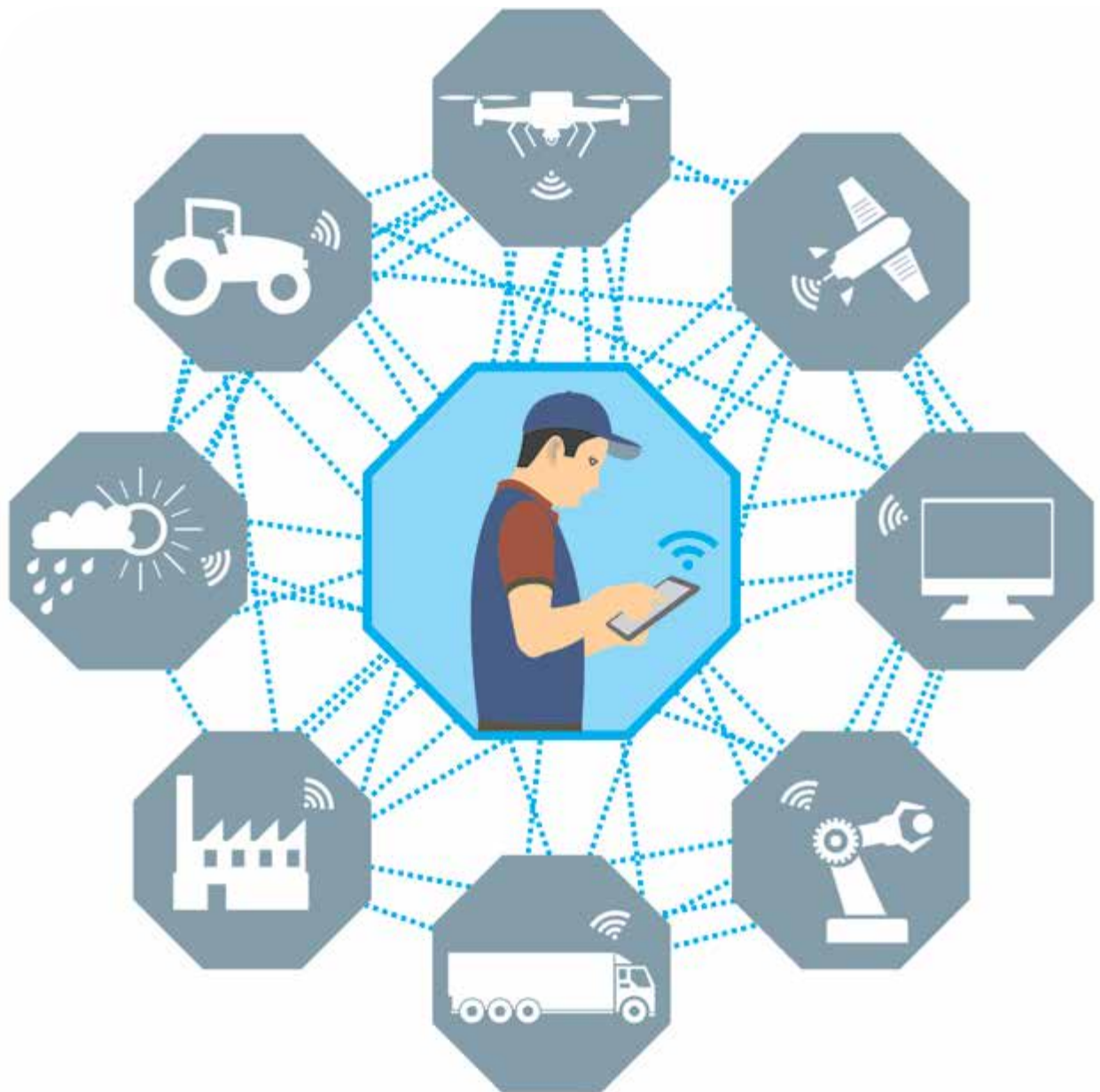
“A febre maculosa causada pelo carrapato estrela na região do interior de São Paulo é uma zoonose grave. No entanto, é possível prevenir e combater essa doença por meio de medidas adequadas”, destaca a Dra. Karin Botteon, veterinária e gerente técnica da Boehringer Ingelheim. “Para priorizar a saúde integrada de humanos e animais e proteger seu pet contra o carrapato estrela e a febre maculosa, é importante aplicar corretamente antiparasitários eficazes no combate aos carrapatos, como o Frontline, por exemplo. Esses produtos devem ser utilizados conforme as instruções do fabricante e as orientações de um veterinário”, acrescenta.



Karin Botteon alerta que se trata de uma zoonose grave, mas que é possível prevenir e combater com medidas adequadas.

Ontem, Hoje e o Amanhã da Distribuição de Insumos

Há novos desafios, mas boa gestão nunca sai de moda



Desde a virada deste século, há pouco mais de 20 anos, muitas coisas mudaram na estrutura e nas dinâmicas do setor de distribuição de insumos no Brasil. Muito

influenciado pelo efeito do crescimento asiático, o boom de commodities e também as melhorias na perspectiva econômica brasileira, o agronegócio viveu um período de grande expansão


de produção de grãos, alimentos, proteínas e biomassa, com crescimento nas áreas agrícolas e elevada adoção de insumos e tecnologias na agricultura e pecuária. No início

desse processo, apesar de já existirem diversos agrodistribuidores e diversas cooperativas espalhados pelo Brasil, a grande maioria ainda era de pequeno porte, com níveis de profissionalização e atuação geográfica, comercial e técnica relativamente limitados. Eis que, desde meados dos anos 2000 até final da década de 2020, muitas evoluções foram observadas no negócio de distribuição. A começar pela expansão, muitas vezes fomentada e incentivada pelos parceiros fornecedores, que precisavam de uma rede de qualidade para escoar seus produtos e aproveitar o crescimento que fez do Brasil um dos principais mercados de insumos agropecuários do mundo e se tornou referência na produção e exportação de produtos do agro.

Junto com essa expansão, veio a necessidade de melhorar os níveis de profissionalização, com temas de gestão financeira/crédito, melhorias de processos comerciais e de geração de demanda, bem como governança, gestão de equipes, entre outros. Nesse processo de desenvolvimento, com o crescimento do número de lojas, equipes de campo e também oferta de produtos, marcas e tecnologias, várias novas modalidades de negócios, como as ferramentas de Barter, gestão de riscos, adoção de tecnologias digitais e serviços foram ganhando relevância nos negócios e nas ofertas ao produtor. Nesse período, a distribuição, com suas equipes técnicas, apoiou a difusão de novas tecnologias de manejo, plantio, assistência técnica e também foi responsável por capacitar produtores na adoção de novas práticas, como plantio direto, uso de novas tecnologias como nutrição especial, e produtos biológicos, apenas para citar algumas. Naturalmente, o setor desenvolveu-se, cresceu e ganhou muita relevância no agro, mas superou também vários desafios.

“ A expansão fez do Brasil um dos principais mercados de insumos agropecuários do mundo e se tornou referência na produção e exportação de produtos do agro”.

Nesse período, vivenciamos ao menos três crises econômicas mundiais, crises climáticas, momentos de excesso de estoques e desafios de suprimentos de produtos, além de uma pandemia que paralisou todo o mundo, mas que não impediu as atividades agropecuárias de manterem-se em produção, garantindo o fornecimento de insumos e produção de alimentos. Com todo esse histórico de desenvolvimento e superação de desafios, o setor encontra-se atualmente bem mais consolidado. Entretanto, os riscos e níveis de alavancagem financeira (devido aos elevados custos de capital) são um dos desafios recentes. Para os próximos anos, os temas de consolidação e novos modelos de negócios provavelmente estarão muito presentes nos desafios ainda a serem enfrentados. Somamos a isso a necessidade de mão de obra qualificada, maior intensidade na adoção e oportunidades/riscos que as tecnologias digitais, ferramentas, plataformas de ecommerce/marketplaces e inteligência artificial ainda trarão para as atividades, os negócios e as ofertas ao produtor. E que demandam novas transformações

robustas no negócio de distribuição. Arrisco dizer que temas de variabilidades de preços, câmbio e clima, com aspectos de digitalização e novas tecnologias, somados ao desafio de gestão de pessoas e eficiência logística, serão importantes drivers para o negócio de distribuição nos próximos anos. E que nunca nos esqueçamos das conquistas do passado, mas continuamos mirando os desafios e as oportunidades do futuro. Há, e boa gestão nunca sai de moda! Bom trabalho e sucesso a todos! 

Matheus Alberto Cónsoli

Sócio Fundador da Markestrat Group.



A Markestrat é uma organização que desenvolve consultoria, pesquisa e treinamento em estratégia e busca a geração e a difusão de conhecimento sobre o agronegócio brasileiro.

Site: www.markestrat.com.br
Tel.: (16) 3456.5555 / (11) 3034.3316

Evolução e futuro do desenvolvimento das equipes na Distribuição



O segmento de distribuição agropecuária, assim como o setor Agro como um todo, passou por profundas e relevantes mudanças na última década, resultando em maior profissionalização e atuação mais direta de agentes que anteriormente não se envolviam nesse mercado, como entidades discentes nas Universidades (com alta demanda de alunos), passando pelas startups, até empresas do mercado financeiro e outros incontáveis players de diferentes setores e tipos de solução. Essa profissionalização trouxe consequências para a cadeia como um todo, desde o produtor até a indústria, passando pela distribuição. O alto grau de acesso à informação pelos produtores, aumento da concorrência, redução de margens e necessidade de

diferenciação fizeram com que o setor de distribuição, atualmente responsável por cerca de 70% do acesso ao mercado brasileiro de insumos, buscasse melhorias na gestão interna e evolução na qualidade do atendimento como forma de diferenciação e fidelização de seus clientes.

Tais melhorias aconteceram majoritariamente em três frentes:

- (1)** Processos
- (2)** Ferramentas de Gestão
- (3)** Pessoas.

Em termos de processos, foi necessário mapeamento dos mesmos, estruturação de OTCD (Order to Cash And Distribution), processos de gestão de clientes e clareza de papéis e responsabilidades para ganhos de

eficiência operacional. Do ponto de vista de ferramentas, observa-se investimentos realizados em sistemas e ferramentas de gestão como ERPs e CRMs mais aderentes ao agro, além do uso de BIs para diagnóstico e análise de oportunidades e suporte à tomada de decisão. A terceira frente, que será detalhada neste artigo, engloba as iniciativas desenvolvidas pelos distribuidores para recrutar, desenvolver e manter cada vez mais os colaboradores diferenciados, de modo que estes sejam fatores de diferenciação e fidelização dos produtores, especialmente via atendimento e prestação de serviço (assistência técnica).

Em uma série de artigos publicados pelo sócio da Markestrat, Matheus Cônsoi, é abordada a necessidade de se equilibrar "mentes, corações e

bolsos” dos colaboradores.

“Mente” implica no alinhamento claro dos objetivos, papéis e responsabilidades a serem desempenhados, atrelado a um plano de desenvolvimento e de carreira, com parte da responsabilidade da empresa na formação destes colaboradores. À medida em que o mercado foi se profissionalizando e foram surgindo novas demandas, os distribuidores passaram a direcionar parte relevante de seus recursos financeiros e parcerias com indústrias para ofertar uma série de iniciativas internas de capacitação e desenvolvimento dos colaboradores, como:

- (I) contratação de programas de treinamentos online e presenciais para desenvolvimento técnico, comportamental e estratégico da força de vendas e demais níveis hierárquicos;
- (II) realização e participação em feiras e eventos para promover conhecimento sobre produtos e soluções;
- (III) fornecimento de ferramentas que melhoram o nível de Assistência Técnica e serviços no campo
- (IV) equipe técnica focada no desenvolvimento de linha de produtos especiais, entre outros.

“Bolso” caracteriza o pacote de remuneração e benefícios que os distribuidores oferecem à equipe comercial e técnica. Além das capacitações e oportunidades ofertadas aos colaboradores, houve, nos últimos anos, uma relevante estruturação nas políticas de remuneração para a equipe. Atualmente, a remuneração e os benefícios dos colaboradores podem



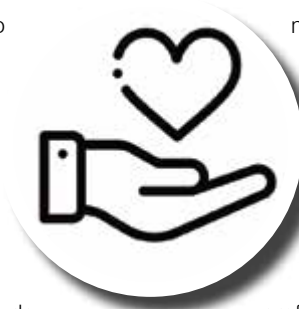
ser compostos por uma somatória de fatores envolvendo remuneração fixa, remuneração variável, participação em resultados (PPR) e bônus dos REBATES

oferecidos pelas indústrias, a depender da política adotada pelo distribuidor. Tal estratégia visa convergir os resultados do vendedor aos resultados da empresa. “Coração”, talvez o pilar mais complexo dos três, envolve o alinhamento dos valores e propósitos dos profissionais com os da empresa, no sentido de se construir legados e desenvolver iniciativas que realmente façam a diferença para o ecossistema agro (produtores, comunidades, etc). A grande questão por trás desses pilares é, justamente, a necessidade de integração e balanceamento entre eles, de modo que a presença de somente um ou dois destes pilares não é suficiente para manter e fidelizar um colaborador de sucesso.

Para os distribuidores, o grande desafio dos próximos anos está, justamente, na atração e retenção de pessoas qualificadas, observando-se os três pilares de “mentes, corações e bolsos”. Diante de todo esse contexto, os distribuidores têm representado uma grande alavanca para o desenvolvimento pessoal e profissional de seus colaboradores, com grandes oportunidades de crescimento e construção de carreira. Por sua vez, cabe aos profissionais atuantes nesse segmento aproveitar as oportunidades ofertadas e buscar o desenvolvimento



próprio também por meio de iniciativas pessoais, tais como capacitações técnicas e comportamentais, para suprir o grande desafio de mão de obra que o mercado do Agro tem enfrentado. Além disso, os profissionais de sucesso terão que estar capacitados em termos de tecnologias e ferramentas para lidar com todas as transformações observadas nos últimos anos e, assim, conseguir não apenas se diferenciar, mas se manter atuante nos próximos anos. Há boas perspectivas de crescimento do mercado e inúmeras oportunidades para aqueles que estiverem alinhados profissionalmente e pessoalmente com a empresa atuante, assim como capacitados para absorver as transformações e oportunidades que surgirão. E serão esses os que farão a diferença no dia a dia do produtor rural. **AR**



Pedro Galvão Caserta

Consultor Associado na Markestrat Group. Graduado em Administração de Empresas pela FEA/USP em Ribeirão Preto (SP).

Franklin Meirelles

Administrador de Empresas, Especialista em projetos de Inteligência/ Pesquisa de Mercado e associado da Markestrat Group.

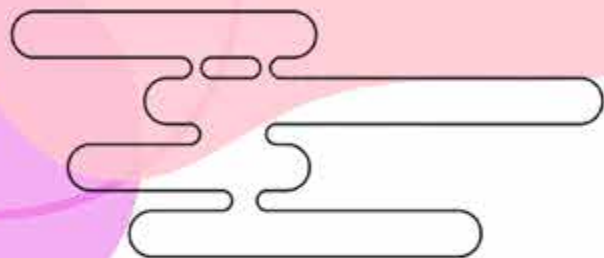


A Markestrat é uma organização que desenvolve consultoria, pesquisa e treinamento em estratégia e busca a geração e a difusão de conhecimento sobre o agronegócio brasileiro.

Site: www.markestrat.com.br
Tel.: (16) 3456.5555 / (11) 3034.3316

QUER MOTIVAR DE VERDADE SEUS COLABORADORES?

RECALCULE CONOSCO!



O CARLÃO DA PUBLIQUE, COM SUA HISTÓRIA DE EMPREENDEDORISMO E SUPERAÇÃO E, ATRAVÉS DE EXPERIÊNCIAS REAIS, PESSOAIS E PROFISSIONAIS, TEM MUITA INFORMAÇÃO E DICAS VALIOSAS QUE PODEM MUDAR A SUA VIDA E DO SEU NEGÓCIO.

CONTRATE AS PALESTRAS MOTIVACIONAIS, CURSOS E APRESENTAÇÃO DE PROJETOS ESPECIAIS DO CARLÃO DA PUBLIQUE PELAS PLATAFORMAS RECALCULANDO.

Para contratar, ligue ou envie WhatsApp: **(11) 9 9105 2030**

Agr^oCooperativas

O melhor das Cooperativas Brasileiras

**Ranking 2023:
As 10 maiores Cooperativas
do Agro Brasileiro**

**nº10
AR100**



Ranking 2023:

As 10 mais do Agro Coop Brasil

Foi um ano de adversidades, com seca e quebra de produção em algumas regiões, com a guerra na Ucrânia e com preços dos insumos ainda em alta. Mas também foi um período de oportunidades, principalmente no mercado internacional, com os valores das commodities até então elevados. Nesse cenário, as cooperativas do agronegócio brasileiro mostram força em 2022 e fecharam o ano com crescimento expressivo, embora em índices levemente menores do que em 2021.

O Ranking 2023 das 10 Maiores Cooperativas do Agro Brasileiro, editado pelo caderno AgroCooperativas da Revista AgroRevenda, atualiza o quadro das grandes organizações do setor no país. E mostra que as agrocooperativas seguem a marcha firme e o passo acertado. Das dez componentes do ranking, apenas a Copersucar, que é uma organização cooperativis-

ta, mas com características diferenciadas das demais, trouxe números inferiores ao exercício anterior. Ainda assim, para a Copersucar, 2022 foi o segundo melhor ano de sua história.

Nesta edição do ranking, apenas uma alteração nas posições em relação ao ano passado. A C.Vale subiu da quarta para a terceira posição, trocando de lugar com a Aurora Alimentos. Ambas apresentaram no ano passado faturamento na casa dos R\$ 22 bilhões, com números muito próximos.

Assim como o ranking anterior, a relação deste ano deixa clara a força do cooperativismo paranaense. Das dez maiores agrocooperativas brasileiras, nada menos do que cinco são sediadas no Paraná: Coamo, C.Vale, Lar, Cocamar e Copacol. Essa mesma proporção aparece quando se analisa o faturamento das coops elencadas.

As paranaenses responderam por metade dos mais de R\$ 186 bilhões em receitas totais das 10 grandes cooperativas do agro nacional.

Outro destaque foi o desempenho da Comigo, de Goiás. Foi a cooperativa com maior crescimento nas receitas em 2022, nada menos do que 52,2%, alcançando R\$ 15,69 bilhões, ante R\$ 10,3 bilhões no exercício anterior.

As receitas totais foram mantidas como principal parâmetro para determinar a posição de cada cooperativa no ranking. O critério toma o faturamento como balizador por retratar a movimentação econômica que as organizações apresentaram em 2022 e por serem dados oficiais apresentados por elas nas Assembleias Gerais Ordinárias de prestação de contas aos cooperados.

Confira as gigantes do setor:

1º

COPERSUCAR **Faturamento: R\$ 38,7 bilhões**

Rendimento: R\$ 375 milhões
Associadas: 34 usinas (de 20 grupos econômicos)

Faturamento safra 2022/23:	R\$ 69 bilhões
Faturamento safra 2021/22:	R\$ 75,1 bilhões
Faturamento safra 2020/21:	R\$ 38,7 bilhões
Evolução 2021/22 para 2022/23:	- 8,12 %

Lucro líquido 2022/2023:	R\$ 679 milhões
Lucro líquido 2021/2022:	R\$ 781 milhões
Lucro líquido 2020/2021:	R\$ 375 milhões
Evolução 2021/22 para 2022/23:	- 13,06%

Total de açúcar comercializado 2021/22:
12,5 milhões de toneladas.
Total de etanol comercializado 2021/22:
10,3 bilhões de litros.



COAMO AGROINDUSTRIAL COOPERATIVA

Faturamento 2022: R\$ 28,1 bilhões

Faturamento 2021: R\$ 24,666 bilhões

Varição 2021/2022: + 14,1%

Sobras Líquidas 2022: R\$ 2,258 bilhões

Sobras Líquidas 2021: R\$ 1,835 bilhão

Varição 2021/2022: + 23,1%

Sobras distribuídas 2022: R\$ 705,7 milhões

Sobras distribuídas 2021: R\$ 689 milhões

Varição 2021/2022: + 2,32%

Funcionários: 8.951

Cooperados: 30.738

Sede: Campo Mourão (PR)

A Coamo é considerada a maior cooperativa agropecuária do Brasil e da América Latina. E mostrou fôlego no exercício de 2022, apresentando um crescimento de 14,1% sobre a receita global de 2021. Foram R\$ 28,1 bilhões em receita no ano passado, ante R\$ 24,66 bilhões no ano anterior. As sobras líquidas tiveram crescimento ainda maior, de 23,1%, alcançando R\$ 2,258 bilhões. Um desempenho expressivo, mesmo num ano em que a estiagem prejudicou a produção de soja em parte da base da cooperativa. A gigante do agrocooperativismo brasileiro tem 114 unidades de recebimento e atua em 74 municípios do Paraná, Santa Catarina e Mato Grosso do Sul. Recebeu só no ano passado 7,47 milhões de toneladas de grãos, que equivalem a 2,8% de toda a produção brasileira. Processa, por dia, 8 mil toneladas de soja nas unidades de Campo Mourão e Paranaguá, no PR, e Dourados, no MS. O refino de óleo de soja chega a 1,44 mil toneladas diárias e a produção de margarina, a 400 toneladas/dia.



Associadas: 37 usinas

Número de empregados: 650

Sede: São Paulo (SP)

A Copersucar é a maior corporação cooperativa do Brasil e uma das gigantes mundiais do mercado de açúcar e etanol. Mesmo com uma configuração diferente das demais coops deste ranking, que são todas organizações agropecuárias, tem seus fundamentos no sistema. É formada por um grupo de 37 usinas de álcool e açúcar. No ano passado, apresentou faturamento de R\$ 69 bilhões, com um recuo de 8,12% em relação à safra anterior. O lucro líquido ficou em R\$ 679 milhões, também inferior ao exercício anterior, em 13,06%. Esses recuos foram puxados principalmente pela quebra na produção de cana no Brasil. Mesmo com eles, os resultados da empresa foram excelentes. Os números aparecem menores também porque a base de comparação foi a safra anterior, que bateu recordes. Foi o segundo melhor ano-safra da história da Copersucar.

3º



C.VALE COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL
Faturamento 2022: R\$ 22,69 bilhões

Faturamento 2021: R\$ 17,44 bilhões
 Variação 2021/2022: + 20,63%

Sobras/resultado 2021: R\$ 129,5 milhões (+ 40%)
 Funcionários: 13.668
 Cooperados: 26.216
 Sede: Palotina (PR)

A C.Vale foi a única coop a subir de posição no ranking 2023 das 10 maiores agrocooperativas brasileiras. Da quarta posição em que figurava no ranking de 2022, passou para a terceira, superando a Aurora Coop. No ano passado, teve receitas globais de R\$ 22,69 bilhões, contra R\$ 17,44 bilhões no ano anterior, crescimento de 20,63%. É uma das cooperativas do setor com maior área de atuação no país. Possui 188 unidades de negócios no Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Paraguai. Tem também uma grande variedade de produção, com soja, milho, trigo, mandioca, leite, frango, peixe e suínos. Mantém uma equipe de 429 profissionais que dão assistência agrônômica, veterinária, comercial e operacional aos associados. Atua ainda no varejo, com uma rede de supermercado com dez lojas no Paraná, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. Foi fundada em 1963, em Palotina, Oeste do Paraná.

AURORA COOP
Faturamento 2022: R\$ 22 bilhões

Faturamento 2021: R\$ 19,5 bilhões
 Variação 2021/2022: + 13 %

Sobras 2022: R\$ 649 milhões
 Funcionários: 40 mil
 Cooperativas associadas: 11
 Cooperados (de todas as coops sócias): 65 mil
 Sede: Chapecó (SC)

A Cooperativa Central Aurora Alimentos nasceu em 1969 como Frícooper e hoje é formada por 11 coops de Santa Catarina, Paraná e Mato Grosso do Sul. Desde a sua criação, vem cumprindo a missão de permitir às associadas industrializar a produção de seus cooperados. É hoje uma gigante do agronegócio brasileiro. Produtos das marcas da Aurora chegam a mais de 700 municípios. As atividades da Aurora envolvem, segundo a empresa, mais de 100 mil famílias, incluindo os 40 mil empregados diretos e os 10 mil indiretos, além de 65 mil famílias dos associados das coops coligadas. No ano passado, faturou R\$ 22 bilhões, com um crescimento de 13% sobre o resultado do ano anterior. Mesmo assim, passou da terceira para quarta posição neste ranking. No final de junho, num movimento de intercooperação, a Aurora anunciou que passará a ter como associadas mais três cooperativas - Frísia, a Capal e a Castrolanda -, todas do Paraná. Com isso, passará a ter 14 associadas e assumirá a gestão da Unidade Industrial de Carnes da Unium (Alegria), que pertence às novas coligadas.



4º

5º

LAR COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL

Faturamento em 2022: R\$ 21,59 bilhões

Faturamento em 2021: R\$ 17 bilhões

Varição 2021/2022: + 28%

Lucro líquido 2022: R\$ 722 milhões

Lucro líquido 2021: R\$ 823,7 milhões

Varição 2021/2022: - 12,34 %

Funcionários: 25.650

Cooperados: 12.985

Sede: Medianeira (PR)

Foi fundada em 1964 por agricultores catarinenses e gaúchos radicados em Missal, pequeno município no Oeste do Paraná. A Lar é reconhecida como a agrocooperativa que mais empregos diretos gera no Brasil. São mais de 25,6 mil colaboradores. Os produtos da Lar estão presentes em todo o Brasil e em outros 80 países. Cooperativa tem 65 unidades de atendimento e pontos de recepção de grãos em 35 municípios Paraná, Mato Grosso do Sul e Santa Catarina e no Paraguai, onde mantém uma sede administrativa. Mantém uma rede com 15 supermercados e sete postos de combustíveis, além de indústrias de produtos de origem animal e produção de sêmen, matrizes, pintainhos e leitões. Apresentou em 2022 crescimento de 28% no faturamento sobre o desempenho do ano anterior. Já o lucro líquido anunciado no passado foi de R\$ 722 milhões, com recuo de 12,34% sobre 2021. Mesmo assim, figura como uma das cooperativas que tiveram receita líquida acima de R\$ 20 bilhões no ano passado.



COMIGO - COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL DOS PRODUTORES RURAIS DO SUDOESTE GOIANO

Faturamento 2022: R\$ 15,69 bilhões

Faturamento 2021: R\$ 10,306 bilhões

Varição 2021/2022: + 52,2%

Sobras distribuídas 2022: R\$ 162 milhões

Sobras distribuídas 2021: R\$ 140 milhões

Varição 2021/2022: + 15%

Funcionários: 3.266

Cooperados: 10.936

Sede: Rio Verde (GO)

6º

Fundada em Rio Verde por um pequeno grupo de produtores rurais do Sudoeste goiano, tinha como objetivo mudar o perfil da agropecuária regional. É hoje uma das maiores cooperativas agropecuárias brasileiras. Apresentou índices de crescimento de faturamento muito expressivos nos últimos dois anos. Em 2021, cresceu 49% em relação ao anterior. No ano passado, 2022, o salto foi de 52,2%, maior índice entre as dez que figuram no ranking. Foi também uma das únicas a apresentar um crescimento maior em 2022 do que o registrado no ano anterior. As sobras distribuídas em 2022 foram de R\$ 162 milhões, 15% maiores do que em 2021. A cooperativa mantém unidades de negócios em 17 municípios, 20 armazéns para grãos e 11 indústrias de óleo e farelo de soja, rações, sementes, suplementos minerais e fertilizantes. É uma das poucas do país a manter um centro próprio de pesquisa e experimentos agropecuários.



7º

COCAMAR COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL

Faturamento 2022: R\$ 11,1 bilhões

Faturamento 2021: R\$ 9,629 bilhões

Varição 2021/2022: 12%

Sobras totais 2022: R\$ 167 milhões

Sobras totais 2021: R\$ 135,4 milhões

Varição 2021/2022: + 23%

Funcionários: 3,5 mil

Cooperados: 16,5 mil

Sede: Maringá (PR)

Outra das grandes agrocooperativas paranaenses, a Cocamar completou recentemente 60 anos de fundação. Sediada em Maringá, Noroeste do estado, foi criada por um grupo de 46 cafeicultores, num momento em que a atividade enfrentava uma séria crise. Com o os anos, as atividades foram sendo diversificadas e a cooperativa se fortaleceu em todos os sentidos. Tem atualmente 97 unidades no Paraná, São Paulo, Mato Grosso do Sul e Goiás. O número de associados passa de 16 mil produtores de soja, milho, trigo, café e laranja. No ano passado, a cooperativa faturou R\$ 11,1 bilhões, 12% mais do que no ano anterior. Em 2021, havia apresentado um crescimento de 35% sobre 2020. A Cocamar tem uma forte atuação industrial, produzindo bebidas, café torrado, óleos comestíveis, etanol, bioinsumos, ração e suplementos minerais, madeira tratada e têxteis.

8º



**COOPERCITRUS
COOPERATIVA DE
PRODUTORES RURAIS**

Faturamento 2022: R\$ 9,4 bilhões

Faturamento 2021: R\$ 8 bilhões

Varição 2021/2022: 19%

Funcionários: 3,2 mil

Cooperados: 38.942

Sede: Bebedouro (SP)

Com 160 unidades em 65 municípios de São Paulo, Minas Gerais e Goiás, é a maior cooperativa agropecuária do Estado

de São Paulo e uma das principais do país em fornecimento de insumos, máquinas, implementos e suporte técnico. Tem atualmente quase 39 mil cooperados nos três estados e atingiu em 2022 um faturamento de R\$ 9,4 bilhões, 19% maior do que no exercício anterior. Já havia apresentado, em 2021, um crescimento de 35% no faturamento frente a 2020. Só no ano passado, a CooperCitrus realizou 255 mil atendimentos aos cooperados. Possui uma equipe de 400 profissionais e especialistas de culturas. Entre as atividades estão a produção se soja, café e milho, açúcar, sementes e ração animal, além do comércio de máquinas, combustíveis, lojas de conveniência e até um shopping center de produtos agropecuários.

9º

COPACOL – COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL CONSOLATA

Faturamento 2022: R\$ 9,2 bilhões

Faturamento 2021: R\$ 7,9 bilhões (+38%)

Variação 2021/2022: + 16,5%

Sobras/resultado 2021: R\$ 134,9 milhões

Sobras/resultado 2022: R\$ 153 milhões

Variação 2021/2022: + 13,4%

Funcionários: 16 mil

Cooperados: 6,7 mil

Sede: Cafelândia (PR)

Primeira cooperativa do Oeste do Paraná, a Copacol foi criada em 23 de outubro de 1963, em Cafelândia, por imigrantes catarinenses e gaúchos que produziam arroz, feijão, milho e café. O propósito inicial era a produção de energia elétrica e com ela alcançar desenvolvimento rural e melhores condições de vida para as famílias da região. Atualmente tem mais de 6,4 cooperados, que produzem soja, trigo e milho, com forte atuação industrial em aves, suínos, gado de leite, peixes e rações animais. Teve no ano passado uma alta de 16,5% no faturamento sobre o ano anterior. Em 2021, havia registrado crescimento de 38%. A marca Copacol é conhecida no Brasil todo e está presente em 76 países. Alguns números da cooperativa no ano passado: 200 milhões de aves abatidas; 45,1 milhões de peixes abatidos; 355,9 mil suínos produzidos; 10,9 milhões de litros de leite entregues à Frimesa.



10º

COOPERALFA – COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL ALFA

Faturamento 2022: R\$ 8,84 bilhões

Faturamento 2021: R\$ 7,04 bilhões

Variação 2021/2022: + 25,5%

Funcionários: 3.962

Cooperados: 22.006

Sede: Chapecó (SC)



Criada em outubro de 1967 como Cooperativa Mista Agropastoril de Chapecó, com apenas 39 produtores do Oeste catarinense, a Cooperalfa é hoje uma das maiores coops do Brasil. O faturamento da cooperativa no ano passado cresceu 25,5% em relação a 2021, chegando a R\$ 8,84 bilhões. No exercício anterior, havia apresentado crescimento de 36,6%. Tem forte atuação em milho, soja, trigo, feijão, suínos, avicultura e

leite e também na produção de sementes, rações e suplementos, industrialização de trigo, soja e milho, além de manter uma rede de supermercados, lojas agropecuárias e postos de combustíveis. Ao todo, engloba mais de 200 unidades de negócio. Em 2022, inaugurou Complexo Industrial Tomazelli, o maior projeto dos 55 anos de história da Cooperalfa, com investimento de R\$ 300 milhões.

Cooxupé tem protocolo ESG próprio

Cooperativa apresentou o conjunto de práticas durante o CoffeeDinner&Summit, em São Paulo



Presidente da cooperativa, Carlos Augusto Rodrigues de Melo, durante homenagem no evento que marcou apresentação do “Gerações”

A diretoria da Cooxupé – Cooperativa Regional de Cafeicultores em Guaxupé, de Minas Gerais, apresentou ao mercado e consumidores de café o seu protocolo próprio de sustentabilidade, chamado “Gerações”. A apresentação foi feita durante o fórum global CoffeeDinner&Summit, realizado em São Paulo.

A cooperativa também foi homenageada pelo evento, organizado pelo Cecafé –

Conselho dos Exportadores de Café do Brasil, em reconhecimento à liderança da organização nas exportações de café desempenhada em 2022, quando exportou 5,6 milhões de sacas de café verde tipo arábica para 50 países.

O presidente da Cooxupé, Carlos Augusto Rodrigues de Melo, explicou que a adoção de práticas sustentáveis e a agenda ESG já fazem parte da realidade da cooperativa para garantir futuro

melhor aos 18 mil cooperados e ter a qualidade do café produzido cada vez mais reconhecida diante das exigências do consumidor.

Todo este trabalho resultou na implantação do Protocolo Gerações, que define diretrizes e níveis para que a cooperativa e seus cooperados estejam integrados à nova realidade: de que a longevidade e a qualidade do grão estão profundamente ligadas a um sistema de produção

economicamente sustentável, em harmonia com o meio ambiente e com os produtores, suas famílias e seus funcionários

Por meio do protocolo, a Cooxupé e seus cooperados vêm adotando as melhores práticas para garantir resiliência, além de aprimorar as condições de trabalho nas propriedades e, assim, produzir um café sustentável do ponto de vista social, ético e ambiental. “A maioria dos nossos cooperados representa a agricultura familiar, então nosso maior desafio é que todos integrem este programa inclusivo para serem beneficiados com a maior competitividade no mercado e produzir um café que atenda o consumidor do futuro”, explica o presidente Carlos Augusto.

O protocolo inclui as diferentes realidades e variações de cada produtor como tamanho de produção, recursos, entre outros fatores. Para garantir transparência nos processos, o Gerações traz quatro níveis diferentes de sustentabilidade. “Todos esses níveis congregam um conjunto de requisitos. Dessa forma, os cooperados são estimulados a cumprir com os compromissos mínimos de sustentabilidade (Nível 1),



Vista do parque industrial da Cooxupé: qualidade do café reconhecida pelo mercado

aumentando os compromettimentos para, assim, progredir aos demais níveis”, explica o presidente.

O Protocolo Gerações foi desenvolvido em parceria com a SCS Global Service, órgão com 40 anos de experiência em certificação ambiental, de sustentabilidade e de qualidade de alimentos. “Os produtores estão conscientes e aceitando muito bem o modelo do nosso protocolo. Até porque é um programa inclusivo, transparente e muito representativo, pois tem o cooperativismo na sua essência. Porém, para fechar os demais

pilares da sustentabilidade, será necessário envolvimento de todos os elos da cadeia. E, nesse sentido, estamos muito otimistas”, garante o superintendente comercial da Cooxupé, Luiz Fernando dos Reis.

Outro objetivo da Cooxupé ao adotar e lançar o protocolo de sustentabilidade é a busca por preços justos e agregação de valor aos seus produtos. “Não há responsabilidade social e nem compromisso ambiental se não houver desenvolvimento econômico”, ressalta o superintendente.

Para ele, a sustentabilidade e agenda ESG são os desafios do momento e que a cooperativa deve comprovar ao mercado a qualidade do café comercializado. “A prática do cooperativismo fielmente desenvolvida na Cooxupé nos permite disponibilizar ao cooperado o suporte adequado para se adequar às diversas necessidades do mercado. Seja qual for a exigência, seremos resilientes e estaremos preparados para o futuro”, conclui Luiz Fernando. 🌱



Vista do parque industrial da Cooxupé: qualidade do café reconhecida pelo mercado

Agrária e grupo alemão vão investir R\$ 500 mi em maltaria

Cooperativa e empresa europeia criaram a joint venture Ireks do Brasil para investimento no novo empreendimento. Agrária já participa de outro grande projeto de maltaria

O Paraná já é o maior produtor de cevada do Brasil e vai ganhar uma nova fábrica para produção de maltes especiais para indústria cervejeira. O anúncio foi feito pela Cooperativa Agrária durante reunião com o governador do estado, Carlos Massa Ratinho Junior. O investimento será de R\$ 500 milhões, resultado de uma joint venture formada pela cooperativa e pela empresa alemã Ireks. A indústria será

“ São investimentos que fortalecem uma cadeia produtiva muito importante para o Paraná”



Nova unidade será construída junto à atual planta de produção de malte da Agrária, em Guarapuava

construída no município de Guarapuava, no Centro-Sul do Paraná.

O empreendimento é da Ireks do Brasil, joint venture formada pela Agrária e Ireks, e foi incluído no programa de incentivos fiscais do Governo do Estado. A nova indústria será instalada no distrito de Entre Rios, ao lado de outra maltaria da Agrária, e começará a ser construída no primeiro trimestre de 2024, com previsão de iniciar a operação em 2026.

A empresa vai ser a primeira no Brasil a produzir maltes especiais, produto que hoje é importado, para abastecer o mercado nacional. A previsão é gerar cerca de 400 empregos diretos e indiretos. “O Paraná é o maior produtor de malte e cevada do Brasil e a Agrária é uma das dez maiores empresas do mundo nessa área. Este novo empreendimento

vem consolidar esse bom ambiente de negócios do Estado para o setor cervejeiro”, afirmou Ratinho Junior.

A Agrária e outras cinco cooperativas paranaenses estão à frente Maltaria Campos Gerais, fábrica em Ponta Grossa que tem investimento previsto de R\$ 3 bilhões e também conta com apoio do Governo do Estado. A planta industrial está em fase final de construção e entre novembro e dezembro serão iniciados os testes de produção. No primeiro trimestre de 2024 a indústria já deve estar operando. Serão processadas 240 mil toneladas de malte por ano. “São investimentos que fortalecem uma cadeia produtiva muito importante para o Paraná, que é a indústria de transformação de alimentos, gerando muitos empregos no Estado”, salientou o governador.

O presidente da Cooperativa Agrária, Adam Stemmer, explicou que a construção será feita pela Ireks, sendo que a operação da maltaria, produção e industrialização da cevada, além da comercialização do malte, serão feitos pela cooperativa.

“Estamos agora tratando de todas as licenças e das cotações dos equipamentos e obras civis, com a previsão de iniciar a venda dos maltes especiais em 2026. A finalidade é substituir a importação desses produtos, que passarão a ser fabricados no Paraná, em Guarapuava”, disse Stemmer. “O Governo do Estado tem sido um grande parceiro no apoio ao agronegócio e ao setor produtivo paranaense. Os incentivos fiscais que o Estado concedeu foram fundamentais para instalar a Maltaria Campos Gerais, e isso também está sendo acordado para este novo empreendimento”. 🌱



O governador Ratinho Junior e o presidente da Agrária, Adam Stemmer, no anúncio do novo projeto.



Dia C envolveu cooperativas e entidades ligadas ao setor em todo o país, que realizaram ações solidárias e campanhas de conscientização sobre a importância de colaborar com a comunidade.

A grande onda da solidariedade

No Dia de Cooperar, comemorado junto com o Dia Internacional do Cooperativismo, mais de mil coops brasileiras e seus colaboradores participam de ações de responsabilidade social e ambiental

Líderes e colaboradores de cooperativas fizeram, no primeiro dia de julho, quando se comemorou no mundo todo o Dia Internacional do Cooperativismo, atividades em dezenas de municípios em todas as regiões do país. O Dia de Cooperar (ou Dia C), comemorado no mesmo dia e instituído no Brasil como

forma de incentivar ações de solidariedade e responsabilidade social e ambiental, foi marcado pelo esforço de milhares de pessoas guiadas pelo sétimo princípio do cooperativismo, que é o interesse pela comunidade. Mais de mil cooperativas de diversos ramos de atuação participaram das ações.

O tema escolhido para o 101º Dia Internacional do Cooperativismo, comemorado este ano, foi "Cooperativas pelo Desenvolvimento Sustentável". A proposta foi demonstrar a capacidade que as cooperativas têm de aliar a produtividade e o desenvolvimento com equilíbrio ambiental e responsabilidade social. O Dia Internacional do Cooperativismo, também



mais operou crédito para pessoa física, com R\$ 4,7 bilhões.

O Dia de Cooperar nasceu de uma iniciativa inovadora da Organização das Cooperativas do Estado do Estado de Minas Gerais (OCEMG), em 2009. A proposta era desenvolver ações de responsabilidade social, colocando em prática os valores e princípios cooperativistas, por meio de ações voluntárias.

O projeto ganhou adesão das cooperativas mineiras e, em 2015, o Sistema OCB passou a vincular as ações do Dia C à agenda mundial proposta pela ONU vinculada aos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, transformados no ano seguinte em Objetivos do Desenvolvimento Sustentável.

Ser cooperativista é, antes de tudo, zelar pelo bem-estar de um grupo, de uma sociedade. É entender que desenvolvimento econômico e social precisa caminhar juntos. Por isso, toda cooperativa tem o compromisso social de ajudar sua comunidade a crescer. As ações do Dia de Cooperar não se limitam às atividades no primeiro sábado de julho. Elas se estendem pelo ano todo, nas mais diversas áreas, em todo o país.

Cada cooperativa define quais iniciativas vai realizar, quem serão os envolvidos e os beneficiados. Muitas ações são realizadas em conjunto por várias cooperativas, dentro do conceito de intercooperação. Em Cascavel, no Paraná, oito cooperativas se uniram para arrecadar doativos que serão distribuídos para entidades assistenciais da região. Os voluntários conseguiram arrecadar 6 mil itens. As cooperativas participantes foram Coopavel, Cotriguaçu, Cresol Progresso, Lar, Sicoob Credicapital, Sicredi Vanguarda, Sisprime e Unimed Cascavel. 🌱

conhecido como CoopsDay, é reconhecido pela Organização das Nações Unidas (ONU) em seu calendário oficial. A data é comemorada desde 1923, mas apenas em 1995 – ano do centenário da Aliança Cooperativa Internacional – a entidade proclamou oficialmente as comemorações anuais.

As comemorações do Dia do Cooperativismo servem também para evidenciar a importância das cooperativas como impulsionadoras da economia, assim como geradoras e distribuidoras de riquezas no Brasil. O cooperativismo brasileiro envolve quase 18,9 milhões de pessoas e gera mais de 493 mil empregos, de acordo com o Anuário do Cooperativismo Brasileiro 2022, uma publicação do Sistema OCB.

Segundo o Sistema Financeiro Nacional (SFN), as cooperativas financeiras são o segmento que mais cresce no Brasil. De acordo com o Banco Central, a carteira de crédito ativa (total de empréstimos ativos) do sistema cooperativo aumentou 35,9%, enquanto a carteira de crédito do SFN cresceu 15%. As cooperativas movimentaram R\$ 518 bilhões em crédito no ano passado, financiando pequenos negócios, produtores rurais, infraestrutura, transportes, serviços, entre outras áreas.

A Cresol, por exemplo, aumentou em 44% o volume financeiro movimentado em 2022, R\$ 24 bilhões ao todo, em relação ao período anterior. A cooperativa consolidou-se como uma das maiores operadoras de crédito do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e foi a instituição que

Cotrijal investe em energia limpa

Cooperativa mira sustentabilidade e economia financeira ao investir em usinas de energia solar e compra de energia no Mercado Livre



Cooperativa atua em consumo consciente e geração de energia limpa.

A Cotrijal, com sede em Não-Me-Toque (RS), reforça seu compromisso com a sustentabilidade por meio do consumo consciente e da geração de energia limpa. Desde 2019, algumas unidades utilizam energia proveniente do Mercado Livre de Energia, e em 2022, a cooperativa iniciou a ampliação do número de usinas fotovoltaicas.

A expectativa é de que ambas as medidas consigam suprir cerca de 35% do consumo de energia elétrica da cooperativa até 2024, o que representa uma economia anual de R\$ 5 milhões. “Aos poucos vamos ampliando os projetos, com base em estudos e análises, com o objetivo de tornar a cooperativa autossuficiente no futuro”, indica o superintendente de operações da Cotrijal, Laidés Porto Alegre.

Atualmente 53 unidades da Cotrijal, entre prédios administrativos e de varejo, usam energia limpa adquirida do Mercado Livre de Energia. Até o início de 2024, a cooperativa projeta expandir esse modelo para mais 12 unidades, totalizando 65. Nessa modalidade, o consumidor escolhe o fornecedor de energia, realizando a negociação de preço, volume e condições.

“Assim a cooperativa consegue melhores tarifas de acordo com a sua necessidade de consumo, que é sazonal. Por exemplo, nos períodos de safra temos um consumo maior. Além disso, existe a garantia de

que estamos consumindo uma energia limpa e renovável”, explica o técnico em projetos elétricos da Cotrijal, Ederson André Galvagni.

E os impactos positivos dessa decisão não são percebidos apenas na hora de pagar a conta, mas também ao receber anualmente o certificado de uso de energia renovável. A declaração de 2022, por exemplo, calcula que a Cotrijal reduziu o equivalente à emissão de mais de 320 toneladas de dióxido de carbono (CO₂) – um dos gases causadores do efeito estufa – entre janeiro e dezembro do mesmo ano ao usar a energia limpa oriunda do Mercado Livre. Nos quatro anos que já utiliza essa modalidade, a cooperativa deixou de emitir mais de 1.377 toneladas de CO₂.


Além da aquisição de energia do Mercado Livre, a Cotrijal também investe na geração da própria energia limpa. Um dos projetos mais expressivos é o da nova usina fotovoltaica da cooperativa, com 35 mil m² de área, que está sendo construída ao lado do parque da Expodireto em Não-Me-Toque, e deve entrar em funcionamento até 2024.

Esse investimento faz parte de um amplo projeto da Cotrijal que inclui a construção de outras quatro usinas solares localizadas nos municípios gaúchos de Ernestina, Lagoão, Não-Me-Toque (localidade de São José do Centro) e

Tapejara. Além da expansão da estrutura já existente em Santo Antônio do Planalto. Ao serem finalizados, esses parques de energia solar se somam aos já existentes nas cidades de Água Santa, Colorado e Pantano Grande, totalizando nove usinas fotovoltaicas da Cotrijal.

“Em março de 2022 realizamos estudos para analisar a viabilidade e os benefícios desses novos projetos. Com base nisso, e também com a experiência que tivemos com o uso de placas solares em outras unidades da cooperativa, optamos por ampliar o número de usinas. Estamos otimistas quanto aos resultados que serão obtidos quando todas estiverem em operação” afirma o superintendente.

Além dos benefícios ambientais proporcionados pela produção de energia limpa, a implantação das usinas fotovoltaicas resultará em uma significativa economia para a cooperativa. A expectativa é de que o complexo composto pelas nove usinas tenha um potencial de mais de 4.900 kWp, gerando em torno de 7,2 milhões de kW/h a cada ano.

A iniciativa da Cotrijal reforça a importância do engajamento de organizações em projetos de sustentabilidade e eficiência energética. A energia solar é uma fonte inesgotável e não poluente, contribuindo para a redução das emissões de gases de efeito estufa e mitigação das mudanças climáticas. 

Frencoop é formalizada com 325 membros

Nova composição da Frente Parlamentar do Cooperativismo tem 285 deputados e 40 senadores. Tema principal da pauta dos trabalhos é o ato cooperativo



Grupo de deputados e senadores durante a formalização da frente: pluralidade e união

A Frente Parlamentar do Cooperativismo (Frencoop) foi oficialmente formalizada para a 57ª Legislatura do Congresso Nacional com um total de 325 parlamentares, sendo 285 deputados e 40 senadores. A nova formação atuará em favor dos interesses cooperativos em conjunto com o Sistema OCB na proposição, aperfeiçoamento e aprovação de normativos que contribuam para o crescimento e fortalecimento do movimento no país.


O deputado Arnaldo Jardim (SP), que preside a Frencoop nesta legislatura, destaca a representatividade do grupo e o seu papel de equilíbrio nas discussões da Câmara e do Senado. “Podemos afirmar que o Congresso Nacional está representado na

Frencoop. E o cooperativismo, por si só, também tem essa característica, ou seja, a da pluralidade de ideias que convergem para um mesmo objetivo, o de agir coletivo em busca de oportunidades melhores para todos”, afirma.

Para o parlamentar, o cooperativismo pode ser um elemento chave na construção de políticas públicas que contribuam para a retomada sustentável do desenvolvimento do país. “Estamos em um momento decisivo. Na discussão da Reforma Tributária, a Frencoop tem tido um papel importante para que o cooperativismo seja reconhecido como protagonista do modelo de desenvolvimento que queremos para o Brasil. Nosso objetivo é buscar

convergências para que o nosso movimento esteja no centro da agenda de inclusão produtiva e financeira, como instrumento para transformar a vida das pessoas”, acrescentou.

O plano de trabalho para este ano, de acordo com Arnaldo, está atrelado às pautas prioritárias da Agenda Institucional do Cooperativismo 2023, lançada em abril. “Temos uma pauta legislativa abundante e importante. Nosso marco zero, nossa questão central é ajustar a compreensão da previsão constitucional de reconhecimento do adequado tratamento tributário ao ato cooperativo. Precisamos que as especificidades do modelo de negócios garantam o tratamento tributário que valorize sua lógica operacional, para evitar duplicidade na cobrança de impostos, o que pode inviabilizar a continuidade do movimento”.

Outros temas importantes apontados pelo deputado incluem o Plano Safra 2023/24; o Projeto de Lei (PL) 1.302/22, em análise no Senado, que permite às cooperativas levar internet de qualidade para o campo; o PL 519/18, que possibilita a participação das cooperativas no mercado de seguros; maior segurança jurídica para as cooperativas participarem de processos de licitação; e o PL 815/22, que prevê a possibilidade da reorganização das cooperativas em cenários de crise econômico-financeira. 

Castrolanda instala loja em Irati

Unidade é a sétima da cooperativa nos estados do Paraná e São Paulo.

A Cooperativa Castrolanda inaugurou no final de maio uma nova Loja Agropecuária na cidade de Irati, no Sudeste do Paraná. A loja é um investimento da Área de Negócios Leite da Castrolanda e soma-se às outras seis unidades existentes nos estados do Paraná e de São Paulo, que visam oferecer aos cooperados e comunidade grande parte dos insumos necessários para o desenvolvimento das suas atividades nas propriedades.

O gerente de Negócios Leite da Castrolanda, Eduardo Marqueze Ribas, destaca que a loja é muito mais que um ponto de venda, e sim um porto seguro para o produtor. “Os produtores podem ter certeza, a vinda da Castrolanda não é para vender produto- vender é uma consequência -, mas é para fazer com que cresçam, tenham apoio para desenvolver sua atividade e ter maior rentabilidade. Se eles conquistarem maior rentabilidade e sucesso na sua propriedade, nós estaremos juntos e crescendo com eles”, menciona Ribas. O gerente ressalta a importância do apoio do Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná-IDR, Agência de Defesa Agropecuária do Paraná-Adapar e da Prefeitura de Irati para a instalação da loja.

Marcos Koch, coordenador das Lojas Agropecuárias Castrolanda, comenta que a cooperativa traz em seu




Autoridades e diretores da Castrolanda inauguram nova Loja Agropecuária.

portfólio produtos de ótima qualidade, boas negociações e tecnologias para atender demandas da produção de leite e outras necessidades da pecuária e trazer melhor retorno e sustentabilidade ao produtor. “A cooperativa é como uma ferramenta de trabalho para o produtor, para que ele possa reduzir seu custo de produção e se tornar mais eficiente, seja na compra da matéria-prima, do insumo, ou até mesmo no uso da informação que o corpo técnico oferece”, relata Koch.

Para o prefeito de Irati, Jorge Derbli, a chegada da cooperativa à cidade irá trazer muitos benefícios aos produtores da região. “A nossa administração está muito feliz e

orgulhosa da Castrolanda inaugurar essa loja tão bonita e ampla para atender principalmente na questão dos medicamentos, como também dos técnicos orientando os produtores. Irati dá as boas-vindas à Castrolanda e essa loja com certeza terá muito sucesso”, frisa Derbli.

A Cooperativa Castrolanda foi fundada no ano de 1951, na cidade de Castro (PR), por imigrantes holandeses. Em 72 anos de história a cooperativa cresceu e hoje conta com mais de 1.200 cooperados que atuam em diversas áreas da produção agropecuária. Em 2022, a Castrolanda movimentou R\$ 7,2 bilhões, montante 23% maior que o atingido no ano de 2021. 

Coops comemoram: um dia histórico!

Texto da Reforma Tributária inclui o Ato Cooperativo, resultado de anos de luta do sistema cooperativista brasileiro

Um segmento do agronegócio brasileiro recebeu com entusiasmo a aprovação do texto base da Reforma Tributária, as cooperativas. “Dia de festa para o cooperativismo brasileiro”, destacou a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB) em manifesto publicado logo após a votação em segundo turno da Câmara dos Deputados. O principal motivo da comemoração foi a inclusão, na Reforma, do reconhecimento do Ato Cooperativo, que estabelece o adequado tratamento tributário às sociedades cooperativas.

A conquista do reconhecimento do Ato Cooperativo é a grande luta das coops nacionais, capitaneadas pela OCB com participação direta da Frente Parlamentar do Cooperativismo (Frencoop) e apoio da Frente Parlamentar da Agropecuária. O texto deve assegurar justiça tributária ao modelo cooperativista, reconhecendo a não incidência de tributação, cujas hipóteses serão detalhadas em Lei Complementar. Também está previsto um regime específico para as cooperativas, que será optativo, com vistas a assegurar sua competitividade, observados os princípios de livre concorrência e de isonomia tributária (Art. 156-A, § 5º, inciso V, alínea d).

O presidente do Sistema OCB, Márcio Lopes de Freitas, avaliou a nova previsão de adequado tratamento tributário ao ato cooperativo na Constituição Federal como uma das conquistas legislativas mais importantes da história do movimento cooperativista. “Demos um grande passo para garantir a segurança jurídica para o nosso modelo continuar promovendo prosperidade para milhões de brasileiros”.

O presidente da Frencoop, deputado Arnaldo Jardim (SP), ressaltou a força e representatividade do cooperativismo brasileiro. “Essa conquista é fruto de um trabalho coletivo, que envolveu o Sistema OCB, a Frencoop e a mobilização de todo o cooperativismo brasileiro. Demonstramos mais uma vez a força e a importância do nosso movimento, fundamental para o desenvolvimento do país”.

O coordenador tributário da Frencoop e representante do cooperativismo no GT da Reforma Tributária, deputado Vítor Lippi (SP), enalteceu a conquista. “Meu apoio ao cooperativismo é por questão de princípios. Estou convencido que este é o modelo que distribui resultados e inclui os pequenos. Tenho certeza, a partir do novo texto, colocaremos o cooperativismo em um novo patamar de desenvolvimento do país”. Para o presidente da FPA e integrante da Diretoria da Frencoop, deputado Pedro Lupion (PR), essa é uma questão de justiça tributária. “Essa é uma vitória de quem ajuda a levar prosperidade, geração de renda na cidade e no campo e alimentos para a mesa dos brasileiros. Hoje conseguimos evitar uma situação que iria prejudicar não só as cooperativas, mas todo o Brasil”.

TRABALHO DE CONVENCIMENTO

O debate sobre a Reforma Tributária vem sendo acompanhado pelo Sistema OCB desde 2019, quando a entidade criou um grupo de trabalho e contratou uma consultoria especializada para realizar estudo econômico para analisar os impactos das mudanças em discussão para o cooperativismo brasileiro. O material elaborado foi apresentado ao



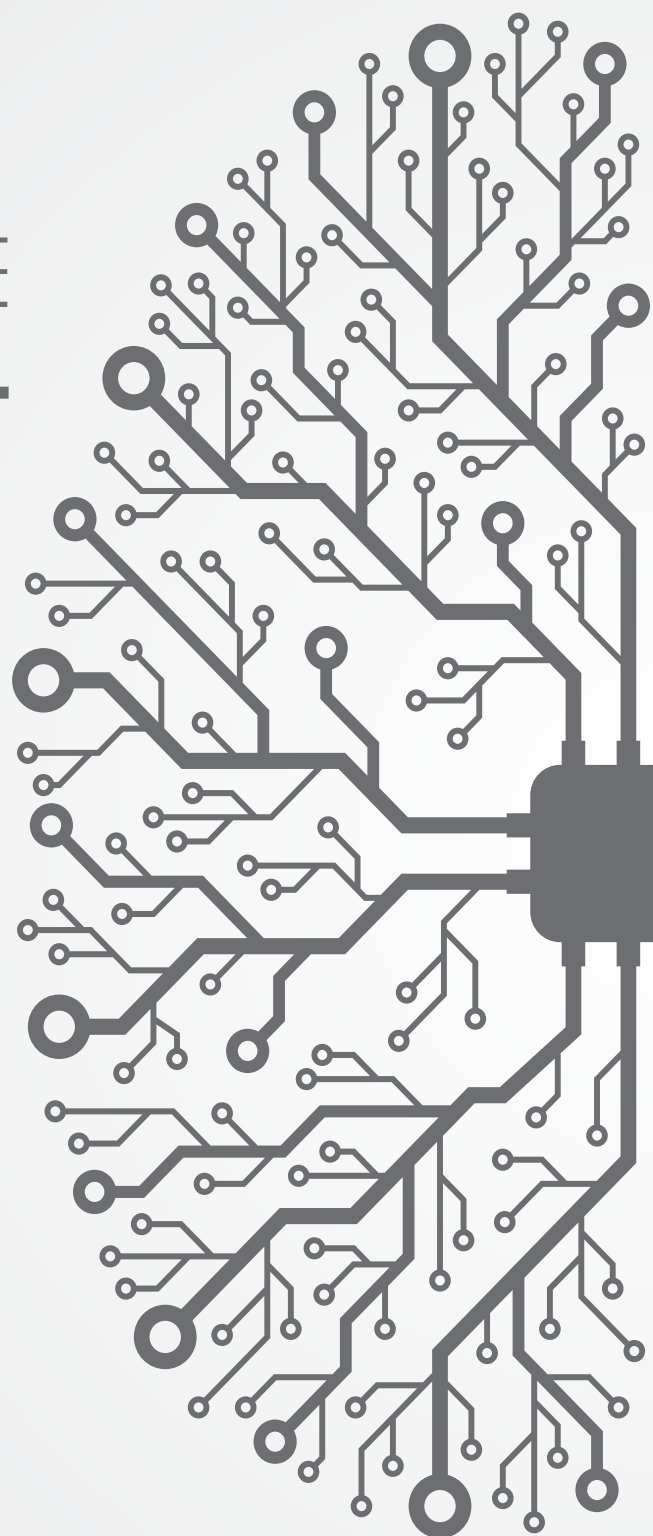
Marcio Lopes de Freitas, da OCB.

relator da Reforma, Aguinaldo Ribeiro, e aos deputados da Frencoop, aos ministérios da Fazenda e Economia e às consultorias legislativas da Câmara e do Senado.

São mais de quatro anos de negociação com inúmeras reuniões para garantir a compreensão das especificidades do modelo de negócios cooperativista e a importância do ato cooperativo para a viabilidade desse setor que congrega, atualmente, mais de 19 milhões de cooperados e gera mais de R\$ 500 bilhões em movimentação financeira para o país.

O Sistema OCB criou ainda um site especial com todas as informações para livre utilização dos cooperativistas em suas mobilizações. Foram elaborados materiais de divulgação maciça (online e off-line), realizados ciclos de debates (disponíveis no canal Youtube do Sistema OCB). Esse conjunto de ações ganhou olhares do governo e dos parlamentares e o cooperativismo foi o modelo econômico mais lembrado, especialmente, quando discutida a PEC 110/19, onde, quando colocada em votação, sete dos dez senadores da Comissão de Constituição e Justiça (CCJ), do Senado, defenderam a inclusão do Ato Cooperativo. 🌱

EM TEMPOS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL



Agência de Propaganda
Relacionamento com a Mídia
Audiovisual
Banco de Imagens
Consultoria Et RP
Editora
Eventos
Marketing Digital
Publique News
Publique Views



www.publique.com



HÁ 35 ANOS, TRABALHAMOS
COM INTELIGÊNCIA CRIATIVA.



PUBLIQUEAGÊNCIA
PROPAGANDA & MARKETING
A AGÊNCIA DO AGRONEGÓCIO

35
ANOS

IA impulsiona inovação no campo

Por Ricardo Martins, CEO da TRIWI e especialista em Marketing Digital.



IA na agricultura é a análise de dados.

Agricultura e tecnologia são dois conceitos intrinsecamente ligados ao longo da história. Desde os primeiros avanços na produção de alimentos até as técnicas modernas de cultivo, a inovação tem sido um fator chave para impulsionar a produtividade e o desenvolvimento no setor agrícola. E agora, com o advento da inteligência artificial (IA), estamos testemunhando uma revolução sem precedentes no campo.

A IA está transformando a agricultura em todos os aspectos, desde a análise de dados para otimizar o plantio até o monitoramento de culturas com drones. Essas tecnologias estão permitindo que os agricultores aumentem a eficiência, melhorem a produtividade e reduzam o desperdício, garantindo a sustentabilidade e a segurança

alimentar em um mundo em constante crescimento populacional.

Uma das aplicações mais importantes da IA na agricultura é a análise de dados. Com a coleta de informações sobre solo, clima, nutrição de plantas e outros fatores relevantes, os agricultores podem tomar decisões mais informadas e precisas. Algoritmos de IA são capazes de processar grandes volumes de dados em tempo real, identificando padrões e fornecendo insights valiosos sobre o momento certo de plantar, irrigar e colher. Isso ajuda a otimizar o uso de recursos, reduzindo o consumo excessivo de água, fertilizantes e defensivos agrícolas, resultando em uma produção mais sustentável.

Além disso, a IA está revolucionando o monitoramento de culturas. Os drones

equipados com câmeras avançadas e sensores são capazes de sobrevoar as plantações e coletar informações precisas sobre a saúde das plantas. Algoritmos de visão computacional e aprendizado de máquina podem identificar doenças, pragas, estresse hídrico e deficiências nutricionais com uma precisão impressionante. Essas tecnologias permitem que os agricultores ajam de forma proativa, adotando medidas corretivas antes que os problemas se tornem generalizados. Isso resulta em uma melhor qualidade dos produtos, redução de perdas e aumento da lucratividade.

Outro campo promissor para a IA na agricultura é a automação. Máquinas autônomas e robôs equipados com sistemas de IA estão sendo



IA trazendo inovação para a agricultura.

desenvolvidos para realizar tarefas agrícolas complexas, como o plantio, a colheita e a pulverização de defensivos. Essa automatização reduz a dependência de mão de obra humana, que muitas vezes é escassa e cara, e aumenta a eficiência operacional. Além disso, a IA permite que essas máquinas ajam de forma adaptativa, ajustando-se a diferentes condições e respondendo às mudanças no ambiente, o que é essencial em um setor tão dinâmico quanto a agricultura.

É importante ressaltar que a implementação da IA na agricultura não substitui o papel fundamental do agricultor, mas sim o capacita e o torna mais eficiente. A expertise e o conhecimento humano continuam sendo essenciais para tomar decisões estratégicas e interpretar os resultados gerados pelas tecnologias de IA. A combinação da inteligência humana com a inteligência artificial é o caminho para a agricultura do futuro.

No entanto, apesar de todos os benefícios e avanços proporcionados pela IA na agricultura, é necessário

“ Máquinas autônomas e robôs equipados com sistemas de IA estão sendo desenvolvidos para realizar tarefas agrícolas complexas”



um cuidadoso monitoramento e gerenciamento ético dos dados. A privacidade dos agricultores e a segurança das informações coletadas devem ser prioridades, evitando-se o uso indevido dos dados ou a concentração excessiva de poder nas mãos de poucas empresas.

Através da análise de dados, monitoramento de culturas e automação, a IA está transformando a forma como os agricultores produzem alimentos, aumentando a eficiência e a sustentabilidade. No entanto, é fundamental que a implementação da IA seja feita de forma responsável, garantindo a privacidade e a segurança dos agricultores. A inteligência artificial é uma ferramenta poderosa para impulsionar a inovação no campo, e seu potencial está apenas começando a ser explorado. **AR**

Ricardo Martins
CEO da TRIWI e especialista em Marketing Digital.

A 17ª Bahia Farm foi show!

Feira comercializou um recorde de R\$ 8,249 bilhões e teve público de mais de 100 mil visitantes

A 17ª edição da Bahia Farm Show, realizada em junho passado, em Luís Eduardo Magalhães (BA), atingiu um recorde de negócios e empresas expositoras. Foram R\$ 8,25 bilhões em negócios fechados, superando os R\$ 7,9 bilhões registrados no ano passado. 412 empresas participaram e o número de visitantes ultrapassou 100 mil pessoas. A feira é organizada pela Associação de Agricultores e Irrigantes da Bahia

(AIBA) e pelo Instituto AIBA, com apoio da Associação Baiana dos Produtores de Algodão (ABAPA), Fundação Bahia e Associação dos Revendedores de Máquinas e Implementos Agrícolas (ASSOMIBA). É o maior evento agropecuário do Norte e Nordeste brasileiro. Mesmo com a cautela dos produtores em investir de forma mais robusta, em razão da queda nos preços no mercado agrícola, o presidente da Bahia Farm Show, Odacil Ranzi,

acredita que o produtor continua acreditando na terra e no negócio, independentemente de qualquer fator externo, econômico ou político. “Mais uma vez os agricultores prestigiaram a Bahia Farm. As empresas puderam apresentar o que há de melhor em tecnologia para as próximas safras, com o objetivo de tornar as lavouras ainda mais produtivas e sustentáveis. O agricultor agiu com estratégia, diante da conjuntura, investindo em



Vista aérea da Bahia Farm Show 2023.

equipamentos de armazenamento, irrigação e em tecnologia de insumos para plantar, com foco em produtividade e maior ganho de rendimento. Ficamos extremamente felizes em conseguir proporcionar em um só lugar as condições para que o agricultor tome a melhor decisão, fomentando o desenvolvimento do seu negócio e de todo o setor produtivo”, afirmou. “Fizemos uma feira organizada, com uma estrutura cada vez mais bonita e empresas expositoras que acreditaram e apostaram mais uma vez no evento. É uma feira aberta para todos conhecerem, de verdade, o setor agrícola”, reforçou o vice-presidente da feira, Moisés Schmidt.

A presença mais marcante entre as corporações que levam crédito à fazenda brasileira foi a do Banco Bradesco, que ‘montou o seu QG’ no parque, que já é marca registrada nas principais feiras nacionais do segmento. Equipes a postos para adequar cada solução financeira ao modelo de negócio do empreendedor rural do Nordeste. E tudo registrado pela Plataforma Fala Carlão, como sempre. Ouvindo Mauricio Machado de Minas, integrante do Conselho de Administração do Bradesco, e José Ramos da Rocha Neto, Vice-Presidente do Banco. “O ano inteiro viajamos o país para reforçar a nossa proximidade com o produtor rural”, afirmou Maurício, profissional de tecnologia que tem dedicado uma vida à evolução do Bradesco. Outro destaque foi o espaço ‘Pod & Videocast’, com os craques Hebercley Magno dos Santos Lima, Diretor Regional Bradesco da Bahia, e Roberto França, Diretor de Agronegócios do maior banco privado financiador do agronegócio brasileiro, que ainda recebeu e ciceroneou a diretoria



Banco Bradesco na Bahia Farm Show 2023.

em importantes agendas durante a Bahia Farm Show. “É uma autêntica maratona de relacionamento. Muito produtiva e interessante para fomentar os acordos e a atuação conjunta dos atores da cadeia em nome do Agro do Brasil”, avaliou Roberto França.

A oferta de consórcio, negócio que avança e ganha cada vez mais espaços, também brilhou na Bahia Farm. “O Consórcio Agro Bradesco vem realizando inúmeros sonhos dos agricultores do Brasil inteiro”, explicou Henrique Fernandes, o Diretor da Bradesco Consórcios. Assim como a sucessão no campo. “O planejamento sucessório é um tema vital para o setor. É uma ação que tem tudo a ver com a perenidade do patrimônio familiar. Para quem está no agro. E o Bradesco quer ajudar os empresários rurais a se anteciparem e resolver essa importante questão”, adiantou ao Fala Carlão Márcio Renato Ribeiro, Superintendente Executivo do Bradesco Global Private Bank.

O banco também recebeu importantes parceiros de negócios, durante os

almoços e outros períodos. Caso de Márcio Fülber, Diretor Comercial da fábrica da Stara em Não Me Toque (RS), e Fabiano Pavinato, Diretor Comercial da Campoeste, revenda da marca na região de Luís Eduardo Magalhães. O Presidente da John Deere, Antonio Carrere. O agricultor e Vice-Presidente da Associação de Agricultores Irrigantes da Bahia, Moisés Schmidt. E Olmiro Flores Oliveira, da Agrosul Máquinas. “Foi um excelente evento. O agro é um catalisador da melhoria da qualidade de vida em todos os segmentos da sociedade e já é, e continuará a ser, o vetor de crescimento de regiões inteiras”, cravou José Ramos Rocha Neto.

A próxima edição da Bahia Farm Show está marcada para junho do ano que vem e já empolga as empresas a expor tecnologias, serviços e produtos. “Deveremos aumentar a área do complexo para melhor atender expositores e receber os visitantes. Crescemos cerca de 50% nas duas últimas edições, e vamos continuar avançando”, concluiu Odacil Ranzi. **AR**

Desafio Soja CESB crava 134,46 sacas por hectare!

Edição 2023 comemora 15 anos do Comitê, teve recorde de 6.500 inscritos e reconheceu João Lincoln Reis Veiga, da Fazenda Congonhal, de Nepomuceno (MG), em cultivo Sequeiro - Nacional



Edição 2023: 15 anos de Comitê, recorde de 6.500 inscritos e cerimônia em Indaiatuba (SP)

A 15ª edição do Fórum Nacional de Máxima Produtividade do Comitê Estratégico Soja Brasil consagrou os produtores e consultores especialistas em soja de todas as regiões do Brasil em Indaiatuba, no fim de junho passado. Com os números inéditos de eficiência na colheita e nos investimentos

em sustentabilidade, técnicas que economizam água e preservam o solo, integração lavoura, pecuária e floresta, rodízio de culturas, uso de produtos biológicos, adubação e plantio direto. O Desafio é dividido em duas categorias: Sequeiro e Irrigado. A categoria Sequeiro apresentou os sojicultores e consultores que foram

campeões regionais (Centro-Oeste, Sul, Nordeste, Norte e Sudeste) e também o produtor e consultor campeão nacional. Já a categoria Irrigado teve diretamente o produtor e o consultor campeão nacional. O grande campeão Nacional foi o sojicultor João Lincoln Reis Veiga, da Fazenda Congonhal, de Nepomuceno

(MG), que venceu a categoria cultivo Sequeiro/Nacional e categoria cultivo Sequeiro/Sudeste, com 134,46 sacas por hectare. O sojicultor João Antônio Gorgen foi o vencedor em duas regiões, na categoria cultivo Sequeiro/Nordeste e categoria cultivo Sequeiro/Norte. No Nordeste, com a Fazenda Barcelona, de Riachão das Neves (BA), que registrou 119,71 sacas por hectare; e no Norte, com a Fazenda São Gabriel, de Mateiros (TO), que obteve 108,63 sacas por hectare. Este duplo reconhecimento em regiões distintas reforça a tese do CESB de que a alta produtividade é transferível e replicável. Por outro lado, enfraquece uma crença limitante que associa a alta produtividade com fatores como tipo de solo ou clima de uma região específica. O vencedor da categoria cultivo Sequeiro/Sul foi o produtor Moacir Griss, da Fazenda Santa Cruz, de Clevelândia (PR), com 132,83 sacas por hectare, e o ganhador da categoria cultivo Sequeiro/Centro-Oeste foi o sojicultor Caetano Polato, da Fazenda Gravataí, de Itiquira (MT), com 106,01 sacas por hectare. Na categoria cultivo Irrigado/Nacional, o ganhador foi o sojicultor Norio Fujisawa, da Fazenda Campos Verdes, de Itapeva (SP), com 111,75 sacas por hectare.

Entre os consultores, os vencedores foram Gerson Justo Junior (Fazenda Congonhal), Edinei Antonio Fugalli (Fazendas Barcelona e São Gabriel), Narciso Albino Neto (Fazenda Santa Cruz), Bento Manoel Ferreira (Fazenda Gravataí), Joabe Sojo (Fazenda Campos Verdes). “O Desafio reforça o principal objetivo do Comitê que é contribuir para o crescimento da produtividade da cultura da soja, e de seu sistema produtivo, com sustentabilidade e rentabilidade. O Fórum é um

momento único de celebração de conquistas importantes da sojicultura nacional e do agronegócio brasileiro”, resumiu Marcelo Habe, presidente do CESB. “É clara a evolução da sojicultura nacional. Correção do perfil do solo em camadas mais profundas, construção

da física do solo através do uso de culturas de cobertura, velocidade de plantio, materiais genéticos com alto potencial produtivo, rotação de culturas e manejo utilizando químico e biológico, aplicados na hora certa de forma preventiva”, analisou Nilson Caldas, vice-presidente do CESB. **AR**



João Lincoln Reis Veiga (segundo da esquerda à direita), Fazenda Congonhal (MG): 134,46 sacas por hectare.

15º DESAFIO NACIONAL DE MÁXIMA PRODUTIVIDADE DE SOJA

- # 6.500 participantes
- # 15 anos de CESB
- # Início em 2008
- # Mais de 50 mil inscrições

CESB

- # Organização da Sociedade Civil de Interesse Público | Sem fins lucrativos
- # 19 membros especialistas e 26 organizações patrocinadoras
- # Agro Galaxy, Basf, Bayer, Syngenta, Jacto, Atto Sementes, Brasmax, Corteva, Eurochem FTO, Fercel, ICL, Koppert, Massey Ferguson, Mosaic, Stara, Stoller, Sumitomo Chemicals, Timac Agro, TMF, Ubyfol, UPL, Yara, Yoorin, Elevagro, IBRA e Somar Serviços Agro
- # R\$ 7 milhões de investimento em auditorias
- # Sete mil áreas auditadas no Brasil
- # Produtividade média de 104,3 sacas por hectare

PRODUTIVIDADE DESAFIO

- # Safra 2009 | 2010: quebra da barreira de 100 sacas
- # Safra 2012 | 2013: vencedor chega a 110,5 sacas por hectare
- # Safra 2014 | 2015: campeão crava 141,8 sacas por hectare
- # Safra 2016 | 2017: recorde não superado de 149,10 sacas por hectare

ENCA 2023!

As cooperativas sabem cooperar. E avisam que é hora de fortalecer as novas gerações, evoluir na governança e entender a cultura dos parceiros comerciais

Mais de setecentas lideranças de quinhentas cooperativas do agronegócio brasileiro inteiro. Representando quase R\$ 254 bilhões de faturamento em 2022 e exportações para mais de uma centena de países. Reunidas em Campinas (SP), no fim de junho passado, na 8ª edição do Encontro Nacional das Cooperativas Agropecuárias (ENCA 2023) para debater como evoluir mais na economia nacional e internacional. E repercutir uma semana importante para o agro brasileiro, com os anúncios do Plano Safra Empresarial e Plano Safra da

Agricultura Familiar. Momento de reflexão, um marco para os participantes de norte a sul do país, e para o Grupo Conecta, que realiza o evento há quase uma década.

Com tamanha importância, o encontro apresentou de forma inédita a 'Arena da Intercooperação', para proporcionar aos participantes uma troca de experiências ainda maior. "A integração entre cooperativas é muito importante porque visa melhorar a logística e a distribuição de renda para o produtor rural. Quanto mais as cooperativas forem lucrativas, me-

lhores serão os resultados dos cooperados", afirmou Dilvo Grolli, Diretor Presidente da Coopavel. Os recursos destinados à agricultura empresarial no Plano Safra foram bem recebidos pelas cooperativas, mas ficaram longe do esperado. A maioria aguardava algo em torno de R\$ 400 bilhões para custeio e investimento, mas o governo federal anunciou R\$ 364 bilhões. Os juros também desanimaram um pouco. "Vai ser um desafio grande para nós, produtores rurais, que temos de conciliar todas as variáveis do mercado", disse Nei Mânica, Presidente da Cotrijal.



Nei Mânica e Fernando Degobbi debatem no Painel sobre Cooperativismo.

As palestras e as discussões mostraram que o setor cooperativista está em constante aperfeiçoamento na gestão financeira e de risco, sucessão familiar, inovação e investimento tecnológico. Além disso, também estão atentas aos rumos do acordo entre Mercosul e União Europeia, assuntos que mereceram diversas citações durante o ENCA. O encontro teve programação intensa, com mais de 20 horas de painéis e palestras. Destaque para o professor emérito da FGV Agro (Fundação Getúlio Vargas), Roberto Rodrigues, que se emocionou ao falar sobre sua relação com o também ex-ministro da Agricultura, Alysso Paolinelli, que morreu no dia seguinte ao fim do evento. “Ele é o brasileiro maior. Devemos muito ao Paolinelli, mas perdê-lo faz parte da vida”, completou ao ser mu-

ito aplaudido. “Todas as cooperativas são empresas. E precisam ter cultura, refletir os valores do cooperativismo. E respeitar as culturas diferentes de cada parceiro comercial que negocia com a gente”, apontou Fernando Degobbi, CEO da Coopercitrus. “Foi uma honra fazer a abertura do evento e trazer tantos líderes juntos, com agendas difíceis, reunidos em uma sala para falar sobre intercooperação, negócios e futuro. Reunimos o agronegócio pulsante do médio e grande produtor. E, mais do que cifras, trouxemos cooperativas que atuam fortemente no desenvolvimento econômico das regiões em que estão inseridas, fazendo um trabalho fundamental com jovens, mulheres e suas famílias. Sem essa força econômica, o país não seria tão eficaz”, comemorou Luciana Martins, Diretora Executiva

do Grupo Conecta. “No Brasil, metade dos recursos que financiam o agro não sai dos bancos, como nos Estados Unidos, Canadá, etc. Metade vem do crédito comercial”, analisou Adílson Silva, Gerente de Risco de Crédito da Coopercitrus, falando sobre as transações efetuadas pelas cooperativas no mercado brasileiro.

A agropecuária é o ramo que mais conta com o número de cooperativas. São pelo menos 1.700 ao todo. “Elas significam milhares de empregos diretos e indiretos gerados em todas as regiões do país. Tivemos no ENCA uma grande participação desse total. Por isso, o momento exige preparo e conhecimento. Esse foi o papel do ENCA 2023”, finalizou Danilo Bomfim, Diretor do Grupo Conecta. **AR**



700 lideranças, 500 cooperativas e R\$ 254 bilhões de faturamento em 2022

Hortitec 2023!

Evento atrai mais de trinta mil visitantes e se consolida como momento máximo dos produtores de flores, frutas, hortaliças e florestais



Pavilhão de Exposições da ExpoFlora, em Holambra (SP)

HORTITEC 2023

- # 32 mil produtores visitantes
- # R\$ 400 milhões em negócios
| 35% acima de 2022
- # 490 empresas expositoras do Brasil e exterior
- # Área de 30.000m²
- # Cenário Hortifruti Brasil:
13 milhões de empregos criados | 5,6 milhões diretos

Éa maior feira de hortaliças, frutas e flores da América Latina. E os três dias de evento realizado em junho passado comprovaram essa realidade. Uma movimentação impressionante quando falamos de visitantes, produtores, estandes, participação de empresas, feira de negócios, passeio de curiosos. Espaços totalmente ocupados no Pavilhão de Exposições da ExpoFlora, em Holambra (SP), durante a 28ª edição da HORTITEC – Exposição Técnica de Horticultura, Cultivo Protegido e Cultu-

ras Intensivas. Presença de entidades, pequenas e médias empresas, gigantes do Agro Mundial. Segmento que movimentou mais de R\$ 20 bilhões na comercialização de hortaliças e legumes, além da força produtiva das frutas brasileiras, a terceira maior do planeta. E que recebeu, novamente, o apoio e a presença das plataformas de conteúdo do Grupo Publique, como o Fala Carlão e a AgroRevenda. “O encontro com colegas de mercado, a troca de informação e de experiências, as oportunidades para sanar dúvidas junto aos expositores sobre inovações, produtos e tecnologias são vantagens que só acontecem nos encontros presenciais como esse. Só assim há mais segurança aos produtores e profissionais do agro para investirem no futuro dos negócios”, comemorou Renato Opitz, diretor geral do evento.

A proposta foi apresentar novidades em produtos, serviços, ferramentas, maquinários, equipamentos e novas tecnologias no cultivo de flores, frutas, hortaliças e florestais para aumentar a produtividade e evitar perdas. Além de

discutir novas possibilidades como os temas da reforma tributária e rastreabilidade. A última ferramenta é a prática de segurança sanitária usada pelos produtores na qual é possível detectar um ou mais lotes com problemas e retirá-los de circulação. O sistema de rastreabilidade de vegetais frescos (frutas, verduras, legumes, raízes, tubérculos e hortaliças vendidos in natura) começou a funcionar no Brasil há quatro anos e ainda motiva discussões entre os profissionais do setor.

AR



490 empresas expositoras do Brasil e exterior



Edição recebeu 32 mil produtores

ITAL Sedia IV International FoodTech Forum



Painel sobre Inovação e Alimentação

O Instituto de Tecnologia de Alimentos (ITAL-APTA), da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo, sediou em junho passado o IV International FoodTech Forum. Promovido pelo FoodTech Hub Latam e situado entre os maiores eventos da América Latina voltados à inovação na área de alimentos.

Paralelamente, aconteceu a IV FoodTech Expo, exposição de ideias e startups disruptivas que buscam seguir transformando o setor no país. O Fórum reuniu instituições de pesquisa, grandes empresas de alimentos e startups voltadas aos desafios futuros da alimentação mundial. E debateu formas sustentáveis e regenerativas

IV INTERNATIONAL FOODTECH FORUM | IV FOODTECH EXPO

- # Participação de EIT Food e EcosystemNavigators (Europa) e The Kitchen Hub (Israel)
- # MasamiTakeuchi - Oficial de Segurança Alimentar da FAO
- # SiviaMassruhá - Presidente da Embrapa
- # Willian Cheng - Universidade de Nanyang (Cingapura)
- # Antonio Meirelles - Reitor da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)
- # Daniel Bernardon - Pró-reitor de Inovação e Empreendedorismo da Universidade Federal de Santa Maria (RS)



Auditório do ITAL, o Instituto de Alimentos reconhecido mundialmente

de cultivo, tecnologia e segurança alimentar. “A indústria de alimentos do nosso país responde por 10% do Produto Interno Bruto (PIB) e temos lugar de destaque nos debates internacionais. Tanto que o ITAL está construindo o Tropical FoodInnovationLab, centro de inovação de excelência na América Latina que vai desenvolver produtos sustentáveis em alimentos e bebidas de forma colaborativa”, afirmou Paulo Silveira, CEO do FoodTech Hub Latam. “O ITAL completa 60 anos em 2023 e foi a primeira instituição de pesquisa do Brasil criada para desenvolver e transferir tecnologia e conhecimento na área de alimentos. Acompanhando o desenvolvimento da indústria de alimentos no país e no mundo. Estamos fazendo história”, afirmou Eloísa Garcia, Diretora Geral do ITAL.

AR



O campo está limpo de 974,1 mil toneladas de CO²

Programa é referência mundial na logística reversa de embalagens vazias de defensivos agrícolas.

O Estudo de Ecoeficiência do Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias (inpEV) comprovou no Relatório de Sustentabilidade 2022: o programa brasileiro de logística reversa de embalagens vazias e sobras pós-consumo de defensivos agrícolas evitou a emissão de 974,1 mil toneladas de CO₂ na atmosfera nos últimos vinte anos. Um volume equivalente a 18.409 viagens de caminhão ao redor da terra. Com benefícios ambientais comprovados. O

estudo é realizado todo ano pela Fundação Espaço Eco e sugere que se o sistema não existisse e essas emissões tivessem ocorrido, mais de 6,9 milhões de árvores teriam que ser plantadas para compensá-las. Além disso, o sistema poupou 43 bilhões de megajoules de energia, o que corresponde ao consumo de energia elétrica de 6,3 milhões de residências durante um ano. “Esses dados provam o impacto positivo do trabalho conjunto dos elos da cadeia agrícola ao meio ambiente. O Sistema

Campo Limpo busca ser autossustentável e consolidar o seu modelo que tornou o Brasil uma referência mundial em logística reversa de embalagens vazias”, destacou Marilene Lamauti, Gerente de Sustentabilidade do inpEV.

MAIS DE 700 MIL EMBALAGENS DESTINADAS CORRETAMENTE E AVANÇO NA EDUCAÇÃO AMBIENTAL

O Relatório ressalta também que o Sistema Campo Limpo atingiu a marca de



700 mil toneladas de embalagens vazias de defensivos agrícolas destinadas de forma ambientalmente correta. Só no ano passado, houve a destinação adequada de 52.538 toneladas de embalagens. Isso viabiliza a reciclagem de todas as embalagens primárias plásticas rígidas (lavadas e não lavadas) e de 93% de todas as embalagens plásticas (primárias e secundárias) recebidas pelo Sistema. Outro destaque é o Programa de Educação Ambiental (PEA) Campo Limpo, que impactou

243,9 mil estudantes em 2022, 25% a mais que no ano anterior, e superou a marca de 2,3 milhões de participantes desde 2009. No ano passado, foi criado o Conexão PEA, um grupo formado por professores e integrantes da comunidade escolar que são embaixadores do programa nas regiões onde são desenvolvidas as atividades.

SOBRE SISTEMA CAMPO LIMPO E O INPEV

O Sistema Campo Limpo (SCL) é o

SISTEMA CAMPO LIMPO

- # Reúne mais de 260 associações de revendas e cooperativas
- # Atende cerca de 2 milhões de propriedades rurais em todo o país

INPEV

- # Entidade gestora do Sistema Campo Limpo há 20 anos
- # Processo regulamentado pela Lei Federal de Agrotóxicos
- # Instituição sem fins lucrativos
- # Formada por mais de 160 fabricantes e 9 entidades representativas da indústria, canal distribuição e agricultores.

programa brasileiro de logística reversa de embalagens vazias e sobras pós-consumo de defensivos agrícolas, que tem como base o princípio das responsabilidades compartilhadas entre todos os elos da cadeia produtiva (agricultores, fabricantes, registrantes e canais de distribuição), com apoio do poder público. Cada um tem seu papel e suas atribuições definidas por legislação específica. O Sistema reúne mais de 260 associações de revendas e cooperativas e atende cerca de 2 milhões de propriedades rurais em todo o país, de acordo com o censo agrícola de 2017.

Com mais de 20 anos de atuação, o inpev é a entidade gestora do Sistema Campo Limpo, com o processo regulamentado pela Lei Federal de Agrotóxicos nº 7.802 e seu decreto regulamentador 4.074/02, alterado em 27 de outubro de 2021 pelo Decreto 10.833/2021. É uma instituição sem fins lucrativos, formada por mais de 160 fabricantes e nove entidades representativas da indústria, canais de distribuição e agricultores. **AR**

Manejo biológico eleva produtividade do trigo

Bactéria *Azospirillum brasiliense* é o principal destaque entre bioinsumos para triticultura no Brasil. Ganho na produção é de até 11%



BIOTROP: Trigo com manejo biológico e mais saudável para o consumidor e econômico para o Agricultor

O uso de produtos biológicos na produção agrícola vem ganhando espaço e força no Brasil, impulsionado também pela crescente demanda do consumidor por alimentos naturais e livres de substâncias químicas. Todo produto biológico é considerado benéfico para as plantas porque, quando passam a integrar o sistema produtivo, trabalham de forma harmônica, sustentável e regenerativa nas mais diversas culturas, coo soja, milho, algodão, frutas e outras.

Com o trigo ocorre o mesmo. O trigo é uma cultura altamente responsiva para o manejo biológico, seja no tra-

tamento de sementes, aplicação de sulco de plantio ou parte aérea. O resultado são bons indicadores no controle de pragas e doenças. “O trigo é o segundo cereal mais consumido do mundo e há imenso potencial para que seja cultivado livre de defensivos agrícolas”, informa Ricardo Hendges, gerente da Unidades de Negócios da Região Sul da Biotrop.

Só no Brasil, nos últimos cinco anos, a produção de trigo cresceu 76%, enquanto a área avançou 50%. O consumo per capita é estimado em 53kg por habitante/ano, segundo a Companhia Nacional de Abastecimento (Conab).

Os bioinsumos têm como princípio a melhoria do solo e contam, em sua formulação, com microrganismos como bactérias e fungos. No caso da triticultura, o destaque é a bactéria *Azospirillum brasiliense*, que favorece o desenvolvimento da planta e tem potencial de reduzir a adubação nitrogenada. Segundo estudos da Embrapa Soja, a utilização de bioinsumos composto por *Azospirillum* aumenta a produtividade da lavoura em até 11%. A Biotrop tem em sua linha o Azotrop, inoculante na versão líquida e turfoso, comprovadamente eficaz para o crescimento da planta e a fixação biológica de nitrogênio.

O mercado brasileiro de bioinsumos é estimado atualmente em US\$ 1,2 bilhão. **AR**

Seguro Agrícola: por que você precisa dele?

A proteção é uma aliada para o desenvolvimento do agronegócio brasileiro

Luiz Carlos Meleiro - Head de Seguros Agrícolas da JDT Seguros



Em meio aos desafios e incertezas enfrentados pelos produtores rurais, o Seguro Agrícola tornou-se um instrumento crucial para proteger lavouras, rebanhos e instalações contra riscos climáticos, doenças e outros imprevistos que possam prejudicar a produção. O seguro para o ramo agrário teve início em 1939 no Brasil, quando o Estado de São Paulo estipulou o seguro obrigatório contra granizo para a lavoura algodoeira, o que levou à criação da Carteira de Seguro Agrícola contra Granizo para a Viticultura. Hoje, o Seguro Agrícola é um dos mais importantes instrumentos de política do setor, por permitir ao produtor proteger-se contra perdas nos investimentos realizados no campo.

A contratação geralmente está vinculada ao calendário do ZARC (Zoneamento de Risco Climático), elaborado pelo MAPA em colaboração com a Embrapa. Ele se tornou uma espécie de 'guia de plantio', com datas recomendadas


para a plantação de diferentes culturas, separadas por cidade e tipo de solo, além de indicar as sementes autorizadas e as janelas de risco. Uma das principais finalidades desse instrumento é fornecer um ponto de referência para a contratação de seguros e garantir ao produtor o menor risco possível para o sucesso da lavoura plantada.

Com mais segurança e todo esse aporte técnico, o produtor rural é encorajado a aumentar sua produção, adotar práticas mais avançadas e tecnológicas, atraindo mais investimentos para o setor. Os produtores precisam de instrumentos financeiros adequados para lidar com os riscos envolvidos em suas atividades no campo, e com o respaldo do seguro, o agronegócio torna-se mais atrativo e viável, impulsionando a economia rural e nacional como um todo. Nós, por exemplo, somos pioneiros na proteção de equipamentos agrícolas e oferecemos a oportunidade de contratação do

Seguro Agrícola para a safra 2023 - 2024. Atuamos de forma consultiva na hora da contratação do seguro, oferecendo o melhor suporte a qualquer momento, quando o nosso cliente mais precisa.

Com uma equipe de especialistas altamente qualificados, a corretora tem um portfólio abrangente de seguros agrícolas e pecuários, que incluem coberturas para lavouras, máquinas e equipamentos, animais, infraestrutura, vida, transportes, coberturas especiais e personalizadas dirigidas para o agronegócio.

PLANO SAFRA - Com o Plano Safra, pacote de medidas e incentivos que visa impulsionar o desenvolvimento do setor agrícola e pecuário, o Seguro Agrícola ganha ainda mais relevância. Através dele, o governo oferece recursos financeiros, subsídios, crédito rural e apoio técnico aos produtores, visando aumentar a produção e promover a sustentabilidade no campo. O valor do financiamento disponibilizado pelo governo varia de acordo com o tipo de cultura, época do ano e limite máximo que o produtor tem direito anualmente por CPF. Oferecemos a possibilidade de utilização do subsídio ao prêmio do seguro rural dos governos Federal e Estadual (para os estados que possuem esse benefício) para a contratação do Seguro Agrícola através da corretora.

O objetivo das empresas do setor é fortalecer o agronegócio ao proporcionar segurança e tranquilidade aos agricultores e pecuaristas, contribuindo para o desenvolvimento sustentável do setor. 

Vacinar é tudo!

Pesquisa da Health for Animals revela dados sobre os impactos positivos da vacinação de bovinos em prosperidade econômica, ambiental e social



Vacinação de 60% para bovinos de corte está associada a aumento de 52,6% na produção

A organização independente de pesquisa e análise Oxford Analytica divulgou o relatório *Animal Health and Sustainability: A Global Data Analysis*, principal representante global da indústria de saúde animal e defensora da melhoria do bem-estar, sustentabilidade e prosperidade globais. Entre as diversas descobertas, revelou que uma taxa de vacinação de bovinos de 40% no Brasil está associada a uma redução de 12,8% na área necessária para a produção. Para Emílio Salani, vice-presidente executivo do Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Saúde Animal (SINDAN), é muito importante haver estudos aprofundados sobre a sustentabilidade global, visando

alcançar a prosperidade econômica, ambiental e social. A Oxford Analytica desenvolveu um modelo de pesquisa exclusivo para avaliar os impactos da saúde do gado na sustentabilidade, o que levou a importantes descobertas. No âmbito econômico, as doenças pecuárias se convertem em perdas de produção de US\$ 358,4 bilhões por ano. Em relação ao meio ambiente, uma redução de 10 pontos percentuais nessas enfermidades está ligada a uma diminuição de 800 milhões de toneladas nas emissões de gases de efeito estufa (GEE). E, socialmente, em média, cada dois bovinos vacinados evitam que uma pessoa passe fome globalmente. Os dados evidenciam que o animal saudável é uma solução

- # Vacinação de 40% de bovinos no Brasil reduz 12,8% na área produtiva
- # Doenças pecuárias causam US\$ 358,4 bilhões de prejuízo ao ano
- # Reduzir 10 pontos percentuais nas enfermidades diminui 800 milhões de toneladas nas emissões de GEE
- # Em 2018, produção global de aves caiu 2,8 milhões de toneladas por enfermidades
- # Ovos caiu 3 milhões de toneladas no mesmo período
- # Doenças pecuárias causam perdas de produção de US\$ 358,4 bilhões ano
- # Vacinação de 60% para bovinos de corte aumenta 52,6% na produção o equivalente às necessidades de 3,1 bilhões de pessoas
- # Enfermidades nos animais de produção causam perdas de 80 bilhões de quilos de carne e 179,5 bilhões de quilos de laticínios
- Custo de US\$ 358,4 bilhões.

SINDAN

- # Fundado em 1966
- # Congrega 91 empresas responsáveis por 90% do mercado brasileiro de medicamentos veterinários

para a sustentabilidade, já que ela está diretamente relacionada à produtividade mais elevada, menores emissões e menos pessoas sofrendo com a fome. "Acreditamos que o relatório fornece informações críticas que orientarão nosso trabalho e esforços futuros positivos para a indústria. Estamos constantemente atuando e promovendo iniciativas

vitais como a vacinação e a criação responsável de animais de produção para garantir uma prosperidade econômica, ambiental e social sustentável, o que nos motiva a seguir trabalhando em conjunto com governos, indústrias e sociedades”, comenta Salani.

SAÚDE ANIMAL E SUSTENTABILIDADE

– O relatório ainda demonstrou que as doenças animais reduzem significativamente a produtividade pecuária global e afetam a renda dos produtores. Em 2018, por exemplo, a produção global de aves foi reduzida em 2,8 milhões de toneladas, enquanto a de ovos foi reduzida em 3 milhões de toneladas, o equivalente a uma perda de US\$ 5,6 bilhões. Por outro lado, a vacinação está relacionada ao aumento da produção. Uma taxa global de vacinação de 60% para bovinos de corte está associada a um aumento de 52,6% na produção, equivalente às necessidades de consumo de carne bovina de 3,1 bilhões de pessoas. Já as enfermidades nos animais de produção causam uma queda da disponibilidade de alimentos e na renda agrícola, alcançando uma perda anual de 80 bilhões de quilos de carne

e 179,5 bilhões de quilos de laticínios, redução que custa aos produtores um total de US\$ 358,4 bilhões.

Na conexão entre saúde animal e sustentabilidade ambiental, o relatório enfatizou que a doença do gado está ligada a um aumento considerável nas emissões de gases de efeito estufa (GEE) e no uso da terra, enquanto a vacinação está relacionada à reduções em ambos. Em complemento, a diminuição de 10 pontos percentuais na prevalência dessas morbidades resulta em uma queda de mais de 800 milhões de toneladas de emissões de GEE, equivalente às emissões médias anuais de 117 milhões de europeus. Além disso, a melhoria neste sentido permite a produção de proteína suficiente para atender às necessidades de mais de 9 bilhões de pessoas em 2050, sem aumentar as emissões.

As taxas mais elevadas estão associadas a níveis mais elevados de desnutrição e insegurança alimentar em todo o mundo. O estudo indicou que a doença aviária foi responsável por um aumento de 2% na fome global em 2018 e 5% em 2019, correspondendo a um acréscimo

de 13,6 milhões de pessoas em 2018 e 34,39 milhões em 2019. O documento também apontou que o adoecimento dos animais apresenta uma ampla variação de prevalência e taxas ao redor do mundo, sendo que países de alta renda conseguiram eliminar os problemas, exemplo febre aftosa. Da mesma forma, a qualidade das medidas de saúde animal e infraestrutura veterinária também variam, fator que pode influenciar na eficácia da criação. A análise também indica que o controle de doenças pecuárias em todos os contextos têm benefícios multiplicadores para a economia, sustentabilidade ambiental e social. Isto inclui a redução de emissões, fome, desnutrição e pobreza, alinhando-se com as metas estabelecidas pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU para 2030. “Como apresentado no relatório, a melhoria é uma peça fundamental no quebra-cabeça da sustentabilidade e prosperidade globais. Por isso, torna-se imperativo que governos, indústria e sociedade em geral trabalhem em conjunto para garantir a saúde e bem-estar sustentáveis dos animais, um compromisso que nós, como representantes da indústria, levamos muito a sério”, conclui Emílio Salani. **AR**



Animal saudável é solução para a sustentabilidade

Você já conhece o novo consumidor?

Mudanças de comportamento, novos consumidores, expansão das compras on-line, consolidação do pix e marketing de influência. Fique de olho para não perder negócios

Redação Plataforma AgroRevenda

O ano de 2023 está em pleno andamento e traz consigo diversas tendências que irão nortear o comportamento e as preferências de todos os consumidores, a atuação das marcas e condução dos negócios por todo o mundo. A Mintel, empresa global de pesquisas de mercado com sede em Londres e escritórios espalhados nos cinco continentes, realizou a Global Consumer Trends, consulta envolvendo tudo o que envolve as motivações de compra e modo de vida dos seres humanos. Um trabalho que também embala inúmeros institutos, que tentam desvendar o que faz uma pessoa pegar no telefone, entrar em um site ou ir para a rua comprar algo. A redação da Plataforma AgroRevenda fez um compilado de diversos 'mergulhos' neste misterioso verbo chamado COMPRAR. Aproveite para localizar o cliente certo. O preço atraente. A abordagem certa. O negócio realizado. Em todos os segmentos da economia brasileira. Incluindo o Agronegócio. E a Distribuição de Insumos. Aproveite!

COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES

49% dos consumidores norte-americanos declaram terem experimentado estresse, seguido por ansiedade (38%), exaustão mental (22%) e burnout (20%). Por isso, os consumidores estarão mais ansiosos para focar em si mesmos, a hiper



Atendimento correto na revenda agrícola é chave

fadiga causada pelas crescentes crises mundiais e o bombardeamento de notícias e conteúdo digital, que faz com que eles se sintam sobrecarregados e queiram se conectar com o que realmente importa para eles, concentrando-se em atividades como hobbies, atividade física e que evoquem saúde mental e bem-estar. No Reino Unido, 71% das pessoas que sofrem com estresse declaram que uma boa alimentação e os exercícios são importantes para controlar o estresse. 62% ainda dizem que rituais diários são uma maneira de melhorar o humor. Eles também buscarão uma voz mais ativa e mais espaço para cocriar, além de votarem em mudanças ao lado das marcas.

Além disso, no âmbito financeiro, os gastos serão intencionais. Fatores como flexibilidade, durabilidade e sustentabilidade desempenharão papéis cada vez mais importantes. Comprar localmente será uma forma de os consumidores se protegerem financeira, ambiental e psicologicamente, e sentirem que estão retribuindo.

O prazer de ir às compras

De acordo com a pesquisa 'Um novo olhar sobre o comportamento dos consumidores', realizada pela Rojo Estratégia em Varejo, os consumidores gostam de ir às compras presencialmente. Um dos motivos é o prazer que a compra traz,



Novas gerações de consumidores; apelo social e ambiental!

principalmente quando estimulado através de um bom atendimento, qualidade e ambiente da loja (conforto, flores, etc.). Algumas tendências para explorar esse prazer na hora da compra são o consumo no local e o take away, além da variedade de segmentação, qualidade, praticidade e o foco em alimentos perecíveis.

Economia

O estudo também aponta a necessidade de sentir que está fazendo economia na hora da compra. Essa percepção não se constrói apenas com preços baixos, mas com um conjunto de fatores, como a simplicidade da loja, variedade e forma de apresentação dos produtos que contribuem para despertar esse tipo de sensação. A pesquisa também destaca a eficiência dos 'atacarejos' em oferecer e despertar a sensação de economia. Este segmento vem se tornando muito forte no mercado brasileiro.

Praticidade

Outro ponto muito importante para o consumidor é a praticidade, impulsionado pelo desejo de aproveitar melhor o seu tempo. Entre as maiores

empresas do mundo, encontram-se algumas que baseiam seu formato na conveniência, como lojas de vizinhança que oferecem praticidade através da proximidade. Além disso, os hipermercados ainda persistem no mercado nacional e internacional, formatos que possibilitam a compra de amplas variedades de produtos em apenas um local, aumentando a percepção de praticidade. Também ligado a esta necessidade, ganham mais espaço as soluções de alimentação

como refeições prontas, congelados, lanchonete, rotisseries, hortifrúti fracionados e prontos para consumo.

Bem-estar

O estudo também observa uma tendência crescente por fatores ligados ao bem-estar. Os cuidados com a saúde determinam a procura por uma variedade cada vez mais ampla de alimentos que atendam a essa necessidade, abrindo mais espaço para variedade de itens



Marketing de Influência movimenta os novos negócios

saudáveis, que vão desde legumes, frutas, verduras, alimentos orgânicos, sem glúten, etc. Essa visão também está ligada à preservação da natureza e ao meio ambiente, além do convívio social como parte da natureza humana.

Consumidores do futuro

Compondo quase 30% da população mundial, a Geração Z (nascidos de 1996 a 2012) é prioridade para muitas marcas. Essa geração ambiental e socialmente mais consciente é impulsionada por valores e está liderando as demandas para que as empresas tomem medidas diante da crise climática. Ela também exige maior diversidade e inclusão, além de ter foco em si mesma, na própria saúde e na própria carreira, buscando um senso de propósito, visando a construção de um futuro melhor. Cautelosa na hora de fazer dívidas e interessada em gerenciar o próprio dinheiro, ela abraça tanto o próprio consumismo consciente quanto o custo-benefício dos produtos.

O QUE HÁ DE NOVO NO MARKETING DIGITAL?

É o momento de apresentar as tendências de marketing digital para que as empresas atendam às necessidades dos consumidores e consigam se manter e prosperar no mercado.

Marketing de influência

Que marketing é fundamental para os negócios todo mundo sabe, mas, o foco cresce no sentido da influência, que tem se mostrado muito eficiente e adquirido mais força na economia criativa com o surgimento de centenas de 'creators' e muito investimento. 76% dos consumidores compram produtos recomendados por influenciadores e 69% das lembranças de anúncios vêm de publicidades feitas por influencer's. No ano passado, 71% das marcas



Vendas on line avançam 6% a cada ano

fizeram investimento em marketing de influência. Nos próximos cinco anos, um bilhão de pessoas vão se identificar com criadores de conteúdo, que estão começando a migrar das redes sociais para startups. Quando se trata de atividades das marcas no marketing de influenciadores, o Brasil ocupa o segundo lugar no mundo, atrás apenas dos Estados Unidos, mostrando a boa recepção do país a essa estratégia, que une engajamento e comunidade.

Reumanização das redes sociais

Seguindo a tendência da insatisfação de usuários e criadores de conteúdo com o algoritmo que dita o funcionamento das plataformas tradicionais e a crítica à superficialidade das redes sociais, em conjunto com a hiper digitalização que levou as ferramentas de comunicação à exaustão, surge uma nova demanda: a REUMANIZAÇÃO das redes sociais. Com a desumanização causada por esse consumo de conteúdo algorítmico, criadores e marcas terão que buscar novas maneiras de construir relações e gerar conexão, pois a atenção tende a ficar cada vez mais seletiva e os consumidores precisam ter uma carga de propósito e utilidade mais clara, alterando a

forma de criar e consumir conteúdo. Ao mesmo tempo, têm surgido cada vez mais novas redes que prometem retornar às raízes de comunidade das redes sociais, como o BeReal, além de uma migração de criadores de conteúdo para startups com diferentes regras de funcionamento e melhor remuneração.

Cultura do propósito

A grande crise vivida pela atualidade é a de confiança e ela também afeta as marcas. Para 91% dos brasileiros, confiar na empresa é mais importante do que amá-la (este com índice de 69%). Ou seja, não basta mais trabalhar só no tal do 'Brand Love'. Os consumidores querem que as marcas liderem ações focadas em muito mais do que seus produtos ou serviços. O papel social da marca deixou de ser opcional. É aqui que entra o 'Brand Equity'. O valor que uma marca tem vai depender cada vez mais da forma como ela dialoga e age em relação às questões importantes e aos problemas intrínsecos da sociedade hoje.

Compras online crescem

Depois do forte avanço durante a pandemia, o volume de vendas virtuais cresceu demais em 2022 e o número de consumidores conectados

avançou 18%, somando quase cinquenta milhões de pessoas a mais. O e-commerce atingiu a marca de R\$ 118,6 bilhões em vendas no Brasil. Alta de mais de 6% em comparação com 2021. As compras de supermercados foram as que mais cresceram no espaço virtual. Um salto de 128% nos pedidos de Alimentos e Bebidas. Além disso, a avaliação da importância desses produtos dobrou, saindo de 6%, em 2021, para 12% no primeiro semestre de 2022. As mulheres aumentaram a presença no número de pedidos de e-commerce no Brasil. Subiu para 56,9%. No aspecto de maior volume de gastos, os homens continuam em destaque, com participação de 54,3%.

Grandes redes do varejo alimentício agora estão no Shopee

Em 2022, grandes redes de varejo, como Oba Hortifruti, Pão de Açúcar e Dia juntaram-se ao Shopee, uma plataforma asiática de vendas on-line que vem ganhando espaço no Brasil desde 2019 e hoje é a companhia mais procurada pelos consumidores. Com a comercialização de produtos não perecíveis, como bebidas alcoólicas, refrigerantes, biscoitos, alguns tipos de produtos lácteos, arroz, feijão, café, macarrão, pão, itens de limpeza e de higiene pessoal, a plataforma oferece desconto no valor da compra, cashback e frete grátis, como forma de fidelizar os clientes. Para as redes, é uma forma de se fazer mais presente e próxima dos consumidores, mostrando a importância de diversificar os espaços de atuação. A meta do Pão de Açúcar é que as vendas online cheguem a 20% das vendas totais do grupo até 2024. Hoje, elas são de 11%. No terceiro trimestre de 2022, o grupo vendeu R\$ 409 milhões pela internet, um crescimento de 8% em comparação com o terceiro trimestre de 2021.



PIX: mais de 26 bilhões de transações

PIX

Conquistando a preferência dos brasileiros em função de sua facilidade e conveniência, o PIX tornou-se o meio de pagamento mais usado no Brasil. O sistema criado pelo Banco Central conquistou a preferência dos brasileiros, superando transferências

bancárias e cartões de crédito e débito. Desde o lançamento, há dois anos, foram realizadas mais de 26 bilhões de transações, que movimentaram R\$ 12,9 trilhões. O sistema conta com 779 instituições financeiras participantes e mais de 478,3 milhões de chaves cadastradas.

AR

VIVÊNCIA DOS CONSUMIDORES NOS EUA

- # 49% tiveram estresse
- # 38% ansiedade
- # 22% exaustão mental
- # 20% burnout

VENDAS VIRTUAIS NO BRASIL EM 2022

- # Crescimento de 6%
- # Consumidores conectados: + 18% no período | 49,8 milhões de pessoas
- # Comércio digital atingiu R\$ 118,6 bilhões em vendas
- # Compras de supermercados: + 128% em alimentos e bebidas
- # Avaliação da importância de alimentos e bebidas cresceu de 6% para 12%
- # Mulheres no comércio digital: cresceu 56,9%
- # Homens predominam no comércio digital: 54,3%

O PIX REINA!

- # Criado pelo Banco Central do Brasil em 2020
- # Mais de 26 bilhões de transações | Movimentação de R\$ 12,9 trilhões
- # 779 instituições financeiras participantes
- # Mais de 478,3 milhões de chaves cadastradas.

FONTES

YouPix, Rojo Estratégia em Varejo, Hype Auditor, Edelman Trust Barometer, Nielsen, IQ Ebit, Bexs Pay, Webshoppers, UOL e Febrabam.

A inteligência e a gestão territorial!

Os novos desafios tecnológicos do Agro e a certeza de que produção e preservação caminham de mãos dadas no Brasil

Gustavo Spadotti Amaral Castro - Engenheiro agrônomo e Chefe Geral da Embrapa Territorial



Tecnologia em nome da sustentabilidade é o novo mercado

No dia 26 de abril, a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) completou 50 anos. Na esteira da história, a empresa possui o justo reconhecimento de se posicionar à fronteira da ciência, gerando conhecimentos e soluções responsáveis por mudanças contundentes na agropecuária brasileira. Este processo possibilitou a saída do país da condição de importador de alimentos para tornar-se o maior exportador líquido de alimentos do mundo, mantendo um equilíbrio entre a competitividade da produção e a sustentabilidade da preservação ambiental. Atenta às necessidades dos produtores rurais e acompanhando a evolução científica e tecnológica, a Embrapa ampliou o seu campo de atuação, incorporando novas temáticas e fundando centros de pesquisa que se tornaram referência em suas áreas.

O histórico de motivação da criação da Embrapa Territorial está diretamente relacionado à necessidade de superar os desafios enfrentados pela agricultura brasileira na época. Naquele ano de 1989, o setor agropecuário colhia os primeiros frutos da criação da Embrapa e tinha no aumento da produção de alimentos, fibras e energias um dos principais motores da economia brasileira. Mas o desenvolvimento do setor encontrava ameaças, como a falta de informações precisas e confiáveis sobre o uso e ocupação do solo; a carência de dados para o planejamento territorial, e a ausência de um sistema de informação territorial integrado. A partir de sua fundação, o centro de pesquisa firmou-se como instrumento estratégico do Estado Brasileiro para geração de informações direcionadas ao desenvolvimento agropecuário sustentável do País.

Ao longo de sua história, a Embrapa Territorial tornou-se referência no fornecimento de informações estratégicas para políticas públicas e privadas focadas no Agro e no desenvolvimento de tecnologias para a análise integrada que apoiam na identificação de áreas mais adequadas para a produção agrícola, pecuária e florestal em equilíbrio com a natureza e as comunidades presentes em nossos territórios.

As principais soluções tecnológicas desenvolvidas pela unidade apoiam-se no uso de sistemas de informação geográfica (SIG) e Data Science, o que permite a análise integrada de dados anteriormente dispersos em órgãos públicos e privados garantindo êxito nas iniciativas de gestão territorial. O centro também estuda modelos matemáticos como ferramentas para a análise e previsão de fenômenos agrícolas, como o crescimento de culturas, uso da terra e impactos na vida dos produtores rurais. Tudo isso focado nos conceitos de inovação aberta, uma tendência global que tem sido adotada pela Embrapa Territorial, por meio da parceria com outras instituições de pesquisa e empresas, para desenvolver soluções tecnológicas inovadoras.

Com o apoio de imagens de satélite e informações sobre o uso da terra, a unidade constantemente monitora e acompanha a expansão da agricultura e pecuária, ajudando a planejar o equilíbrio entre nossas safras e rebanhos e a biodiversidade. De forma sinérgica, os

seus trabalhos também focam esforços para equalizar os ganhos produtivos a ganhos logísticos, fundamentais para manter a competitividade da produção agropecuária nos pontos de consumo interno e também nos terminais agroexportadores. A unidade também desenvolve tecnologias para os zoneamentos ecológico-econômico (ZEEs), que possibilitam identificar as melhores áreas para os cultivos para a análise do potencial produtivo das terras, que ajudam a maximizar a eficiência dos sistemas de produção nos estados da federação.

Para manter-se na vanguarda, a Embrapa Territorial está sempre em busca de novas tecnologias para aprimorar o trinômio Inteligência, Gestão e Monitoramento Territorial. Suas soluções prosperaram ao longo do tempo com a incorporação de inovações no sensoriamento remoto, no monitoramento ambiental, na modelagem matemática e na inteligência artificial. E essa evolução é essencial. A dinâmica da produção agropecuária e o crescente volume de dados gerados sobre o território brasileiro impõe a necessidade de desenvolver novas tecnologias para lidar com o chamado Big Data de forma a permitir análises mais precisas e a tomada de decisão mais eficiente. Além disso, a aplicação de técnicas de inteligência artificial é uma tendência global e pode ser usada para otimizar o uso da terra, melhorar a eficiência das culturas e aprimorar a tomada de decisão em diversas áreas da agricultura.


Dentre as soluções mais recentes do centro, destaca-se o método para análise e divulgação das informações coletadas no Cadastro Ambiental Rural (CAR) das propriedades rurais no Brasil. Com este instrumento de regularização ambiental, foi possível descortinar e

dimensionar o papel dos produtores rurais na preservação da vegetação nativa e dos recursos naturais.

A instituição constantemente revisita e atualiza o método da ITE (Inteligência Territorial Estratégica), base para as soluções tecnológicas que desenvolve. Isso permite uma análise mais precisa, eficiente e integrada de cinco quadros: natural, agrário, agrícola, socioeconômico e infraestrutura. Dessa forma, são geradas informações circunstanciadas dos territórios, identificando ameaças e oportunidades potenciais para suas particularidades. Tal análise mostra-se fundamental para ações estratégicas, táticas e operacionais da gestão do setor agropecuário, destacadamente para as especificidades de cada um dos nossos territórios da agropecuária.

Ao longo das décadas, a Embrapa Territorial atuou para solucionar desafios presentes na gestão territorial e no planejamento do país. Para ordenar a expansão agropecuária, o centro forneceu subsídios técnico-científicos para o uso da terra de forma mais sustentável. A unidade promoveu análises dos processos de queimadas e desmatamentos no Bioma Amazônia

e desenvolveu novas técnicas de monitoramento do clima e da cobertura vegetal. No âmbito da política ambiental, foi protagonista em debates, discussões e conquistas, desde a Eco92 até o Novo Código Florestal, fornecendo dados e informações sobre a ocupação das terras bem como projeções a respeito das propostas apresentadas quanto ao comprometimento dos produtores na destinação de áreas à preservação ambiental. E no desafio para a integração de dados, atuou para desenvolver novas tecnologias, por exemplo, do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), permitindo uma análise mais completa do território e uma tomada de decisão mais eficiente das políticas e obras públicas.

A Embrapa Territorial sempre manteve um olhar diligente quanto às necessidades do setor produtivo brasileiro. Essa visão atenta, aliada ao acompanhamento da evolução tecnológica, é o nosso diferencial no mercado e nos deixa preparados para atender às demandas do setor no futuro. Dessa forma, seguiremos como instrumento estratégico do Estado e mostraremos, para nossa população e para a comunidade internacional, que no Brasil: produção e preservação caminham de mãos dadas! 



Fertilizantes especiais crescem 33,2%

Resultado de uso de tecnologia, plantio de culturas relevantes e valor agregado aos produtos. E 2023 pode avançar 32%



O aumento médio dos preços ficou entre 12,6% e 16,4%

O mercado de fertilizantes especiais teve mais um período de crescimento no ano passado, com um crescimento médio de 33,2% e faturamento de R\$ 22,193 bilhões. O dado integra o relatório de inteligência de mercado, publicado na 9ª edição do Anuário da Associação Brasileira de Tecnologia em Nutrição Vegetal (Abisolo). Ainda que o aumento de preços tenha impactado o faturamento, a variação foi menor do que a observada em 2021. O aumento médio dos preços foi de 12,6% a 16,4%, dependendo da categoria de produto, o que permite concluir que houve crescimento real desta indústria. Fatores como a expansão da adoção dos produtos

da indústria pelos agricultores em função do aumento da percepção de valor; o crescimento da área plantada de culturas de grande importância econômica e o valor agregado aos produtos, decorrente dos ganhos tecnológicos incorporados favoreceram os resultados positivos. O maior investimento em tecnologia, considerando a atratividade dos preços das commodities agrícolas, também influenciou o desempenho do setor.

O presidente do Conselho Deliberativo da Abisolo, Clorivaldo Roberto Levrero, ressalta o protagonismo dos agricultores nos resultados do setor, uma vez que compreendem

cada vez melhor os benefícios da utilização dos fertilizantes especiais para o aumento da produtividade no campo. “Nossa indústria possui uma ampla variedade de soluções e entrega ótimos resultados a partir da compreensão das particularidades de cada produtor, de cada perfil de negócios e do ambiente onde está inserida a produção” explica Levrero. Ao detalhar o crescimento do setor, o presidente da entidade esclarece que os dados apresentados se referem ao valor de venda da indústria para revendedores de insumos (51,5%), para cooperativas (10,1%) e para produtores (38,5%). Em função desses percentuais, o valor total do mercado de fertilizantes especiais

a preços pagos pelos produtores é significativamente superior.

Por parte da indústria de fertilizantes especiais, Levvero pondera a importância dos investimentos em Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I). “A expansão da adoção dos produtos da indústria pelos agricultores tem relação direta com a evolução tecnológica dos produtos. A percepção de agregação de valor à produção é cada vez maior”, detalha o presidente da Abisolo. Ele acrescenta que, em 2022, os investimentos em PD&I foram da ordem de R\$ 460 milhões ante a R\$ 440 milhões no ano anterior. Outro ponto destacado no capítulo de inteligência de mercado do Anuário da Abisolo é o crescimento dos negócios em todas as categorias de produtos, com destaque para os fertilizantes minerais especiais, com o crescimento de 37%, seguidos pelos fertilizantes orgânicos (25,5%) e pelos organominerais (22,7%). Quando analisado o desempenho dos produtos, considerando o seu modo de aplicação, o maior destaque foi para os produtos para aplicação via solo que tiveram crescimento de 66,2% em relação ao ano anterior, seguidos pelos de aplicação via folha (22,6%), os para aplicação via sementes (17,9%) e o para aplicação via fertirrigação e hidroponia (3,8%).

Ainda de acordo com o relatório, os estados de Minas Gerais, São Paulo, Mato Grosso, Goiás e Paraná foram os maiores consumidores de fertilizantes especiais (20,22%, 16,4%, 13,46%, 10,86% e 9,39%, respectivamente). Em relação às expectativas para 2023, o presidente informa que o setor segue otimista. “A evolução tecnológica da indústria e o espaço para o aumento de adoção, são indicadores seguros de crescimento sustentado



Cloraldo Roberto Levvero: “Nossa pesquisa indica que podemos avançar 32% em 2023”

FERTILIZANTES ESPECIAIS 2022

- # Crescimento médio: 33,2% | Faturamento: R\$ 22,193 bilhões
- # Aumento médio dos preços: de 12,6% a 16,4%
- # Valor de venda da indústria para revendedores de insumos: 51,5%
- # Para cooperativas: 10,1%
- # Para produtores: 38,5%
- # Investimentos em PD&I R\$ 460 milhões (R\$ 440 milhões no ano anterior)
- # Expectativa de crescimento médio em 2023: 32%

SEGMENTOS

- # Fertilizantes minerais especiais: crescimento de 37%
- # Fertilizantes orgânicos: 25,5%
- # Organominerais: 22,7%
- # Condicionadores de solo de base orgânica: 16,2%
- # Substratos para Planta: 7,9%

MODO DE APLICAÇÃO

- # Via solo: crescimento de 66,2%
- # Via folha: 22,6%
- # Via sementes: 17,9%
- # Via fertirrigação e hidroponia: 3,8%

ESTADOS MAIS CONSUMIDORES

- # Minas Gerais: 20,22%
- # São Paulo: 16,4%
- # Mato Grosso: 13,46%
- # Goiás: 10,86%
- # Paraná: 9,39%

ABISOLO

- # Fundada em março de 2003
- # Reúne 139 empresas associadas
- # Debate o setor com Ministérios, Secretarias, Órgãos de Controle e Fiscalização Ambiental, Instituições de Pesquisa, Receitas Estadual e Federal, além de outras entidades
- # Anuário Brasileiro de Tecnologia em Nutrição Vegetal 2023: abisolo.com.br

nos próximos anos. A pesquisa que realizamos indica uma expectativa de crescimento médio de 32% em 2023”, apontou Levrero.

O MERCADO DOS CONDICIONADORES DE SOLO DE BASE ORGÂNICA EM 2022

Este setor teve crescimento de 16,2% se comparado com o faturamento obtido em 2021. Parte importante desse crescimento se justifica em função do aumento da conscientização, pelos produtores, da importância da construção e da recuperação do solo para o aumento da eficiência dos processos nutricionais e para melhoria da performance da produção. A maior expansão se deu nos condicionadores sólidos (51,9%). Os condicionadores líquidos apresentaram retração nas vendas (8,4%).

O MERCADO DOS SUBSTRATOS PARA PLANTA

Em 2022, o mercado de substratos para plantas obteve um faturamento 7,9% superior, quando comparado ao de 2021. O desempenho do setor no ano ficou aquém das expectativas da indústria, que esperava um




Evolução tecnológica dos produtos puxa a adoção das soluções

crescimento no consumo de hortaliças e de frutas – seus principais mercados. Em um ano de incertezas políticas, de alta inflação nos preços dos alimentos e de queda no poder de compra de uma parcela dos consumidores, as expectativas não se consolidaram. O setor entende que 2023 será um ano de recuperação e dependendo da conjuntura, espera obter um crescimento maior do que 5%.

ABISOLO

A Associação Brasileira das Indústrias de Tecnologia em Nutrição Vegetal (Abisolo) foi fundada em março de 2003 com o objetivo de representar e defender os interesses das empresas produtoras de importantes insumos que colaboram para o aumento da qualidade, produtividade e sustentabilidade da agricultura brasileira. A entidade congrega fabricantes e importadores de fertilizantes minerais especiais, organominerais, orgânicos, biofertilizantes, condicionadores de solo e substratos para plantas.

Reunindo 139 empresas associadas participa ativamente das discussões de temas de interesse do setor junto aos Ministérios e Secretarias, Órgãos de Controle e Fiscalização Ambiental, Instituições de Pesquisa, Receitas Estadual e Federal, além de outras entidades representativas de diferentes setores da sociedade civil organizada, buscando sempre a competitividade, a liberdade econômica e a valorização dos segmentos que representa. 



Fertilizantes especiais faturaram 22,19 bilhões em 2022



Entregas de fertilizantes caem 4,4%

Recuo foi verificado nos quatro primeiros meses deste ano

As entregas de fertilizantes ao mercado brasileiro nos quatro primeiros meses deste ano atingiram 10,87 milhões de toneladas, uma queda de 4,4% sobre as 11,36 milhões de toneladas registradas no mesmo período do ano passado. As informações são da Associação Nacional para Difusão

de Adubos (ANDA). O Estado de Mato Grosso, líder nas entregas ao mercado, concentra o maior volume no quadrimestre, com 2,67 milhões de toneladas, ou 24,6% do total. Seguem-se: Paraná (1,38 milhão), Goiás (1,33 milhão), Minas Gerais (1,02 milhão), São Paulo (996 mil) e Rio Grande do Sul (708 mil).



PRODUÇÃO NACIONAL

2,24 milhões de toneladas

Queda de 12,7% sobre 1º quadrimestre de 2022: 2,56 milhões de toneladas.

IMPORTAÇÃO 2023

10,89 milhões de toneladas | Queda de 3,7% | 2022: 11,31 milhões

Porto de Paranaguá: 2,84 milhões de toneladas | queda de 20,4% | 2022: 3,57 milhões de toneladas
O terminal representou 26,1% do total importado por todos os portos

Os Grandes da Distribuição Brasil!

Plataforma AgroRevenda mapeia os grandes nomes da distribuição de insumos agrícolas e pecuários do Brasil. Setor responsável por um Produto Interno Bruto de US\$ 500 bilhões, exportações de US\$ 159,1 bilhões em 2022 e pela terceira colocação como maior produtor mundial de cereais, atrás apenas da China e dos Estados Unidos.

Desempenho amparado com energia e proximidade pelo trabalho de pouco mais de seis mil revendas e distribuidores de insumos estruturados, reunidos sob bandeiras corporativas nacionais e internacionais, fundos de capital externo, empresas regionais e estaduais.

A Plataforma AgroRevenda selecionou os maiores nomes que simbolizam a profissionalização e competência que a Distribuição do Brasil alcançou nas últimas cinco décadas. Além de operadores logísticos, marketplaces, fundos de investimentos e investidores nacionais e internacionais que trabalham pela excelência do setor. Um trabalho que prometemos atualizar continuamente. Inclusive adicionando outros elementos que também são sinônimos de produtos chegando às fazendas, caso dos biológicos, fertilizantes e das sementes. Em nome do reconhecimento efetivo da contribuição desses agentes à Economia do Brasil, ao Agronegócio e a todos os brasileiros. **AR**

FUNDOS

- # AQUACAPITAL
- # KINEA
- # PATRIA
- # PATRIA & AXIA

OPERAÇÕES INDEPENDENTES

- # AGROQUIMA
- # ALFA
- # GRA
- # ORIGIN
- # PANORAMA
- # VACCARO
- # 3TENTOS

EMPRESAS E GRUPOS INVESTIDORES

- # Axia
- # Bayer
- # Bunge
- # Dakang
- # IHARA
- # Marubeni
- # Mitsubishi
- # Sumitomo Corporation
- # Syngenta
- # UPL



REDISTRIBUIDORES

AGRODISTRIBUIDOR CASAL

Sede: Serra (ES)
Origem na Casa do Adubo, Família Covre - Fundo
Axxon – Hoje Nutrien
Presença em 14 estados

AGROQUIMA PRODUTOS AGROPECUÁRIOS LTDA

Sede: Goiânia (GO)
Diretor Executivo: Aldo Maia de Assunção Junior
25 lojas

AGROSS

Sede: Campinas (SP)
Sócios-Fundadores: Luiz Rossi e Vado Montagnani
9 unidades de negócio

ALVORADA PRODUTOS AGROPECUÁRIOS | KINEA

Sede: Campo Grande (MS)
Presidente: Feres Soubhia Filho
37 lojas

CAMPO TOTAL ATACADO – GRUPO CAMAROTTI - IHARA

Sede: Maracanaú (CE)
Atacado de Insumos Agropecuários
Anunciada em 2021
Gestão: Salvino Camarotti, Luiz Carlos e José Luiz

DIAMAJU

Sede: Anta Gorda (RS)
CEO: Diogo Casagrande
Centro de Distribuição Avançado em Curitiba (SC)

DIAMIG - GRUPO ADUBOS REAL

Sede: Pouso Alegre (MG)
Atende os Estados de Minas Gerais e Espírito Santo
Iniciou atividades em 1982
31 unidades

NORDESTE ATACADO SOMMA

Sede: Jaboatão dos Guararapes (PE)
Diretor Presidente: Marcus Madeira
Sete filiais

UNIAGRO

Sede: Garibaldi (RS)
Seis sócios fundadores
Diretor Geral: Paulo Gondim
8 estados de atuação

UniAGRO - UNIÃO COMERCIAL AGRÍCOLA

Sede: Luis Eduardo Magalhães (BA)
Surgiu em 2005
Atua em sete municípios da Bahia e do Tocantins



DISTRIBUIDORES!

ADUBOS REAL | MARUBENI

Sede: Pouso Alegre
Diretor Executivo: Geraldo Alvarenga
31 Unidades de negócio

ADUFERTIL - INDORAMA

Sede: Jundiá (SP)
Iniciou atividades em 1980
Sete revendedores regionais

AGREX DO BRASIL - MITSUBISHI CORPORATION - SYNAGRO

Sede: Goiânia (GO)
Surgiu em 2013
30 unidades

AGRÍCOLA ALVORADA | BUNGE

Sede: Primavera do Leste (MT)
Presidente: Jarbas Weiss
21 Unidades de negócio

AGRO AMAZÔNIA – GRUPO SUMITOMO CORPORATION

Sede: Cuiabá
Fundada em 1982
CEO: Roberto Motta
56 unidades



AGROBANCO – MARUBENI – ADUBOS REAL

Iniciou operações em 2006
Fundadores: Ronaldo e Ricardo Iabrudi
Foco em limpeza, secagem, armazenamento e beneficiamento de grãos, e parcerias com produtores de todos perfis
3 unidades de negócio

AGROFEL | BUNGE

Sede: Porto Alegre (RS)
Presidente do Conselho: Wilson Ferrarin
56 armazéns e lojas

AGROFITO INSUMOS AGRÍCOLAS

Sede: Matão (SP)
CEO: Francisco Ricardo de Toledo
10 unidades de negócios

AGROLÓGICA

Sede: Primavera do Leste (MT)
Sócio Diretor: Antonio Henrique Botelho Lima
Sete unidades de negócio

AGROGALAXY

Sede: São Paulo (SP)
CEO: Welles Clovis Pascoal
150 lojas
Abrange as bandeiras: Agro100, Grão de Ouro Agronegócios, Boa Vista, Agro Ferrari Produtos Agrícolas, AgroCAT, Rural Brasil, ferrari zagatto, Sementes Campeã, AgroGalaxy Franchising



AP AGRÍCOLA

Sede: Piumhi (MG)
CEO: Marco Antônio Lima Menezes
Seis unidades de negócio

APROVAR

Sede: Varginha (MG)
Fundada em 1994
Quatro unidades de negócio

ARAGUAIA PRODUTOS AGROPECUÁRIOS

Sede: Anápolis (GO)
Fundada em 1978 e marca de 1987
49 unidades de negócios

BELAGRÍCOLA – DAKANG INTERNATIONAL FOOD & AGRICULTURE

Sede: Londrina (PR)
Surgiu em 1985
Fundada por João Colofatti
37 unidades no Paraná, em São Paulo e Santa Catarina

CIA AGRO

Sede: Anápolis (GO)

Fundada em 2001

Proprietário: Raanderson Silva Aguiar

CIMOAGRO

Sede: Itápolis(SP)

Fundada em 1998

24 unidades

Fundadores: Moacir Aparecido Braccialli e Adriana Zuliani Biella Braccialli

CAMPO FERTIL

Sede: Anápolis (GO)

Diretores: Claudio Cota e Henrique Prado

Três Unidades de Negócios

CATIVA AGRO

Sede: Petrolina (PE)

Gerente Comercial: Italo Macedo

Atua em seis estados do Nordeste

COMAPE COMERCIAL AGRÍCOLA PECUÁRIA

Sede: Oliveira (MG)

Presidente: Alexandre Resende de Oliveira

Atua em 220 municípios

CULTURA AGROMAIS

Sede: Patrocínio (MG)

CEO: César de Oliveira

Onze unidades de negócio

DELTA AGRÍCOLA

Sede: Piracanjuba (GO)

Diretores: José Arlindo Bianchi e Ronaldo Lucchesi

22 anos de atividades

4 unidades de negócios

DIZAM

Sede: São Miguel do Iguazu (PR)

Iniciou atividades em 2002

22 unidades

FIAGRIL - DAKANG

Sede: Cuiabá

36 anos de atividades

20 filiais em Mato Grosso e Tocantins

GEES S/A - RIZA

Sede: Balsas (MA)

Começou a atuar em 1982

Diretor Presidente: José Antonio Gorgen

19 filiais no Maranhão e Piauí

I.RIEDI GRÃOS E INSUMOS

Sede: Cascavel (PR)

Fundado pelos irmãos Ludovico, José, Ernesto e Albino Riedi

Diretora Presidente: Wanda Inês Riedi

46 unidades

LAVORO | PATRIA

Sede: São Paulo (SP)

CEO: Ruy Cunha

193 lojas

Abrange as bandeiras:

Grupo Pitangueiras, Integra, Agrovenci, Agrovale, Cultivar Agrícola, América Insumos Agrícolas Ltda., Impacto Insumos, Agro Zap, Produtiva, GP Produtec, Central Agrícola, Agrícola Qualicitrus, Floema, Casa da Lavoura, CATR, Integra, Sollo Sul, Casa Trevo, Referência, Dissul, Nova Geração, Desempar



MOCELLIN COMÉRCIO DE INSUMOS AGRÍCOLAS

Sede: Sinop (MT)

Atuando desde 1990

10 unidades atendendo mais de 30 municípios

NATIVA AGRÍCOLA

Sede: Formosa (GO)

Fundada há 17 anos

Oito sócios proprietários

10 unidades de negócios

NATIVA AGRONEGÓCIOS - GRUPO SUMITOMO CORPORATION – AGRO AMAZÔNIA

Sede: Patos de Minas (MG)
Começou a operar em 2000
Fundadores: João Batista e Luciano Prado
10 unidades de negócios

NUTRIEN

Sede: Saskatoon (Canadá)
CEO: Carlos Brito
130 lojas
Abrange as bandeiras: Terra Nova, Utilfertil, Tec Agro, agrichem, Bio Rural, BRA, Agroquímica, Grupo Agrosema, Casa do Adubo, Safra Rica, Marca Agromercantil, Sementes Goiás

NUTRIMAQ – ADUBOS REAL

Sede: Teixeira de Freitas (BA)
Surgiu em 1991 | Nova marca em 2000
Fundadores: Nilza Alves Dias Coelho e Bento Mario Machado Coelho
Seis unidades na Bahia e no Espírito Santo

ORÍGEO – UPL & BUNGE

Sede: Mato Grosso
CEO: Roberto Marcon
Oferta de insumos, serviços de consultoria e escoamento de safra
Foco: oferta para cinco estados do Norte e Nordeste

OURO SAFRA

Sede: Pilar do Sul (SP)
Fundador: Valdinei de Carvalho
32 unidades de negócio (lojas e armazéns)

PANTANAL AGRÍCOLA | BUNGE

Sede: Campo Grande (MS)
Diretor Executivo: Jonis Asmann
13 lojas

PONTO RURAL

Sede: Londrina (PR)
Começou a operar em 1994
CEO: Teiji Okuhara
16 unidades

PRODUZA INSUMOS AGRÍCOLAS

Sede: Carazinho (RS)
Iniciou atividades em 1995
27 unidades
Fundadores: César Paulo Rizzardi e Luis Augusto Weber

PROTEC

Sede: Uberlândia (MG)
Diretor: Luiz Fernando Mendicino
21 unidades



SINAGRO | BUNGE

Sede: Goiânia (GO)
CEO: Renato Guimarães
63 lojas

SYNGENTA | SYNAP

Sede: São Paulo (SP)
Diretor Geral: André Savino
72 lojas
Abrange as bandeiras:
Atua Agro, Dipagro, AgroJangada e AgroCerrado

SOMA AGRÍCOLA

Sede: Catalão (GO)
Atua há 20 anos no sudeste goiano
3 unidades

TERRENA

Sede: Patos de Minas (MG)
Atua desde 1971
10 unidades

TOMATEC AGRO COMERCIAL LTDA

Sede: Campinas (SP)
Três unidades de negócio
Fundadores: Antônio Takao Hangui e Pedro Luis

3TENTOS

Sede: Santa Bárbara do Sul (RS)
CEO: Luiz Osório Dumoncel
53 unidades
28 anos de atividades

YOSHIDA & HIRATA AGRONEGÓCIOS LTDA – ADUBOS REAL

Sede: Biritiba Mirim (SP)
Iniciou atuação em 1974
Fundadores: Makoto Yoshida e da senhora Paulina Thiyoico Hirata Yoshida
3 filiais e quatro mil clientes



MARKETPLACE

AGRO2BUSINESS

Sede: Taboão da Serra (SP)

Marketplace que atende produtores rurais, cooperativas, empresas, representantes e agroindústrias

Site: agro2business.com

AGROFY

Sede: São Paulo

No Brasil desde 2018

Marketplace Agrícola, Ecommerce, Internet, Agribusiness e Agro

Diretor de Negócios Brasil: Diego Arruda

Site: agrofy.com.br

BROTO

Sede: São Paulo (Capital)

Plataforma digital que negocia máquinas, implementos, equipamentos, irrigação e armazenagem, serviços, insumos e tecnologias de precisão

Site: broto.com.br

CLUBE AGRO BRASIL

Sede: Barra Bonita (SP)

Programa de relacionamento multimarcas

Registro de notas fiscais, acúmulo de pontos e resgate para compra de produtos e insumos das marcas participantes

Sócios: Simone Rodrigues e Eduardo Fernandes

Site: clubeadagro.com.br

E-AGRO

Sede: São Paulo (SP)

Surgiu em 2023

Oferece soluções de crédito agrícola, pecuária, seguros, produtos como máquinas e equipamentos, ferramentas de gestão agrícola e de sustentabilidade.

Site: e-agro.com.br

JPAGRO

Sede: Lavras (MG)

Surgiu em 2009

Ainda oferece o JPA Bank, que antecipa recebimentos para os fornecedores

Site: jpaagro.com.br

MFRURAL

Sede em Marília (SP)

Nasceu em 2004

Fundador: Wilson Lucas

R\$ 1 milhão em negociações por hora | 1,9 milhões de usuários por mês

Site: mfrural.com.br

ORBIA – BAYER & BRAVIUM

Sede: São Paulo (Capital)

Marketplace de insumos agrícolas, commodity e fidelidade

240 distribuidores

CEO: Ivan Moreno

Site: orbia.ag

SBC AGRONEGÓCIOS

Sede: São Paulo (Capital)

Negocia insumos, grãos, máquinas, sementes, madeira e rebanhos

Site: cbcagronegocios.com.br

SUPER CAMPO

Sede: Curitiba (PR)

120 mil produtos disponíveis e mais de 500 lojistas parceiros

Criado por cooperativas de São Paulo, Santa Catarina, do Paraná e Rio Grande do Sul

Site: supercampo.com

VILLA VERDE AGRO

Sede: Ribeirão Preto (SP)

Fundada em 2014

Site: villaverdeagro.com.br

OPERADORES LOGÍSTICOS

ASTUTILOG

Sede: Ibioporã (PR)
Atua há 24 anos
Mais de 100 veículos monitorados

BRAVO SERVIÇOS LOGÍSTICOS

Sede: Uberaba (MG)
CEO: Marcos Vilela Ribeiro
18 Unidades de negócio

COMANDO LOG

Sede: Itu (SP)
Frota de 2 mil caminhões (próprios e terceiros)
Transporte e Distribuição
Quatro unidades

FERTGROW

Sede: São Luis (MA)
Operando desde 2012
Distribui fertilizantes para estados do Norte, Nordeste e Centro Oeste

GOLDEN CARGO

Sede: Barueri (SP)
Diretor Geral: Wellington Monteiro Costa
3 Centros Logísticos

GRUPO TONIATO

Sede: Barra Mansa (RJ)
CEO: André Luís Façanha
22 Pontos estratégicos

LUFT AGRO

Sede: Barueri (SP)
CEO: Luciano Luft
24 unidades de negócio

KOTHE TRANSPORTE E LOGÍSTICA S/A

Iniciou em 1970
Sede em Jundiá (SP)
Frota de 1.500 veículos (próprios e agregados)
16 armazéns | 30 filiais no Brasil



Alimentação animal

Setor produz 20,5 milhões de toneladas no 1º trimestre, pouco abaixo do mesmo período de 2022



SINDIRAÇÕES

- # Fundado em 1953
- # Entidade que atua como interlocutor da indústria de alimentação animal para ambiente competitivo adequado e produção segura
- # Reúne 140 associados, 90% do mercado
- # Prioridade em segurança dos alimentos; regulamentação; negociação trabalhista; acreditação de programas de qualidade; contribuição para assuntos tributários; garantia de suprimento; participação ativa perante organismos internacionais e garantia da sustentabilidade econômico financeira
- # Sede em São Paulo | Edifício da FIESP

O Sindicato Nacional da Indústria de Alimentação Animal (Sindirações) informou que o setor deve produzir no primeiro trimestre deste ano 20,5 milhões de toneladas. Um recuo de 1,1% sobre o mesmo período do ano passado, que marcou 20,7 milhões de toneladas. A queda no 1º trimestre foi causada pelas cadeias de bovinos de corte e de leite. Por outro lado, houve estabiliza-

ção na produção de suínos e frangos de corte. Já poedeiras, aquacultura e pet food avançaram. Para 2023, a expectativa é de evolução na produção, perto de 2%. O prognóstico positivo deve-se ao setor de Cães e Gatos, que pode crescer 4,9%, sob forte influência do fator afetivo e psicológico dos tutores. Suínos e Aquacultura também podem subir bem, com 4% e 9,7%, respectivamente.

AR

“São vários fatores que modulam o desempenho do setor, dos prós aos contras. Até o momento, a perspectiva é de continuidade na baixa do preço dos insumos, uma vez que de janeiro para cá, o farelo e o milho já baixaram de 30% a 40%. Apesar da tendência apontar alívio, é importante acompanhar a desenvoltura da colheita do milho porque a safra ainda não está livre de sofrer com eventuais intempéries climáticas ou proliferação de pragas, além dos conhecidos transtornos gerados pelos gargalos de armazenagem e escoamento, muito embora, a maioria dos observadores aposte que a pecuária não venha ser atormentada pela escassez. A expectativa otimista é de avanço em 2023 da ordem de 2% na produção de alimentos para animais”.

Ariovaldo Zani
CEO do Sindirações

PRODUÇÃO RAÇÕES (milhões tons)					
SEGMENTO	4º TRI. 22	1º TRI. 23*	2022*	2023**	%
AVES	10,8	11,1	42,6	43,2	1,3
FRANGOS CORTE	9,1	9,2	35,7	36,4	1,9
POEDEIRAS	1,8	1,9	6,9	6,8	-1,5
SUÍNOS	5,1	5,1	20,6	21,4	4,0
BOVINOS	3,0	2,6	12,1	12,3	1,5
LEITE	1,6	1,6	6,2	6,2	0,5
CORTE	1,43	1,0	5,95	6,1	2,5
CÃES E GATOS	0,96	1,0	3,72	3,9	4,9
EQUINOS	0,16	0,16	0,637	0,643	1,0
AQUACULTURA	0,38	0,44	1,49	1,63	9,7
OUTROS	0,17	0,18	0,861	0,864	0,3
TOTAL RAÇÕES	20,6	20,6	82,0	83,9	2,3
SAL MINERAL			3,87	3,84	-1,0
TOTAL GERAL			85,9	87,8	2,2

Be8 vai investir R\$ 1,5 bilhão em nova esmagadora de soja

Maior produtora de biodiesel do país vai aumentar capacidade em 5 mil toneladas diárias de soja para produção de óleo, farelo e casca



Be8 investe R\$ 1,5 bilhão .

A Be8 e o Governo do Estado do Paraná assinaram de forma digital em junho passado protocolo de intenções para viabilizar investimentos em uma esmagadora de soja em Marialva, na região Noroeste, onde a empresa já tem uma unidade de produção de biodiesel. A nova planta terá capacidade de processamento de 5.000 toneladas por dia de soja para produção de óleo, farelos e casca de soja. A empresa estima que o investimento poderá chegar a R\$ 1,5 bilhão. Foi assinado também, de forma presencial, protocolo com a prefei-

tura de Marialva que trata de aspectos tributários do empreendimento.

A produção será destinada à indústria de rações e o óleo será matéria-prima para fabricação de biodiesel. Quando alcançar a capacidade plena de operação, o consumo de soja será de 85 mil sacas por dia, em sua maioria de fornecedores paranaenses.

“Este importante investimento, além de impulsionar ainda mais a economia de Marialva e região, colocará o Paraná num lugar de maior destaque

na produção nacional de biodiesel. Estamos nos tornando referência no que se refere a sustentabilidade e energias limpas”, destacou o governador Carlos Massa Ratinho Junior. “É um investimento importante para o Paraná, para a cidade de Marialva, para a ampliação da operação que já é feita com muito sucesso na região”, complementou Ricardo Barros, secretário de Indústria, Comércio e Serviços do Paraná.

O novo empreendimento fomentará a criação de, pelo menos, 100 empregos

diretos e aproximadamente 2.000 indiretos, além da movimentação de cerca de 1.200 empregos que serão gerados a partir do início das obras.

“Com mais este anúncio, seguimos nossa estratégia de crescimento no Brasil, ampliando nossa estrutura na cadeia produtiva de biodiesel e de alimentos, cumprindo nosso papel de transformação positiva do cenário energético e fazendo entregas sustentáveis para as pessoas, os negócios e o planeta, gerando empregos e desenvolvimento para o país”, disse Erasmo Carlos Battistella, presidente da Be8.

A posição estratégica da esmagadora no complexo de biodiesel já existente é ideal para atender com mais matéria-prima (óleo de soja) a demanda crescente do mercado com o aumento da mistura de biodiesel definida em 12% (B12) desde abril de 2023 - e que deve chegar a B15 até 2026. A empresa acaba de ampliar pela sexta vez a capacidade instalada

de produção do biocombustível na cidade, agora em 15,4%, elevando para 540 milhões de litros por ano.

A cidade também tem uma localização privilegiada, de um lado com a logística favorável ao Porto de Paranaguá e, de outro, o abastecimento da região Centro-Oeste, o que potencializa o destino do farelo para exportação e para o mercado nacional.

ESTRUTURA

O projeto prevê a construção de uma estrutura física de 96.000 m² em área que abrigará armazéns graneleiros, planta de recebimento e beneficiamento de grãos de 20.000 toneladas por dia, considerando modais rodoviário e ferroviário, e a planta de processamento de 5.000 toneladas.

A unidade já conta autorização do órgão ambiental para instalação e o projeto está agora na fase de definição da tecnologia industrial que será empregada na produção. A expectativa

é de que as obras se iniciem nos próximos seis meses e a construção pode levar 24 meses.

A esmagadora de soja contará com sistema de tratamento de resíduos do beneficiamento de soja (proteínado), torres de resfriamento, parque de caldeira de biomassa, nova linha de transmissão e subestação de energia elétrica de 138kV, armazenagem e expedição de farelos de soja nos modais rodoviário e ferroviário, conectando a unidade ao porto de Paranaguá.

Fundada em 2005, a Be8 é uma empresa brasileira da Holding ECB Group. Atualmente, é a maior produtora de biodiesel do país e estabeleceu como meta se tornar carbono neutro até 2030. Em território nacional, a empresa conta com um escritório em São Paulo e, além de Marialva, tem outra unidade produtiva de biodiesel em Passo Fundo (RS) – onde também fica a sua sede.

AR



Be8 é uma empresa brasileira da Holding ECB Group.

Welles Pascoal retorna ao cargo de CEO do AgroGalaxy

Empresa também anunciou Axel Labourt como vice-presidente de operações da companhia

O executivo Welles Clovis Pascoal retorna ao cargo de CEO do AgroGalaxy. O anúncio foi feito pela empresa no final de junho. Welles Pascoal continua como membro do Conselho de Administração, cargo que passou a ocupar após sua primeira e bem-sucedida passagem pelo comando da empresa.

Ele desempenhou papel fundamental nos primeiros anos de fundação da companhia. Sob a liderança dele, o AgroGalaxy realizou importantes processos de fusões e aquisições com empresas de destaque do setor, como Boa Vista, Ferrari Zagatto e Agrocatt. Além disso, conduziu com maestria o processo de IPO em julho de 2021, que impulsionou o crescimento e a expansão do AgroGalaxy em âmbito nacional.

“O Welles sempre nos inspirou e foi fundamental para chegarmos aonde estamos hoje. Temos absoluta confiança de que o retorno dele ao



cargo de CEO irá contribuir para mantermos nossa liderança no mercado, mantendo nosso foco no produtor e todos os elos da cadeia do agronegócio”, afirma Sebastian Popik, presidente do Conselho de Administração do AgroGalaxy e fundador do Aqua Capital.

O AgroGalaxy anunciou também a chegada de Axel Labourt como

vice-presidente de Operações da companhia. O executivo terá sob sua gestão as diretorias de Planejamento Estratégico, Integração e Originação; Soluções Agronômicas e Pesquisa & Desenvolvimento; Estratégia e Comercialização de Sementes; Transformação Digital; Gente & Gestão; e Operações – que envolve as dez unidades de negócio espalhadas pelo país. O executivo tem mais de 20 anos de experiência nas indústrias agropecuária e petroquímica, tendo passagens por empresas como Corteva Agriscience, em que foi presidente para o Cone Sul, e pela Dow AgroSciences, onde atuou como diretor comercial no Brasil, dentre outras funções nas áreas comercial, marketing e de negócios

Sheilla Albuquerque, que ocupava o cargo de CEO desde setembro de 2022, se mantém na diretoria da empresa, mas afastada devido a uma licença médica.



Welles Clovis Pascoal, CEO da AgroGalaxy.

AR

Roberto Betancourt é sócio da Aleris Animal Nutrition

Com 11 anos de atuação no mercado de nutrição animal, a Aleris sempre se manteve apoiada nas pesquisas e parcerias com universidades e centros de pesquisas de referência ligadas às áreas de animais de produção e pet. Uma trajetória traduzida pela ética, transparência, inovação, equipes altamente integradas e linhas de soluções nutricionais exclusivas à base de leveduras que trazem resultados efetivos na produtividade das empresas e clientes parceiros. Um ambiente propício para entrada do novo sócio.

O empresário Roberto Ignacio Betancourt passa a compor o quadro de sócios da Aleris Animal Nutrition, empresa com 11 de atuação no mercado de nutrição animal. A companhia tem trajetória baseada na ética, transparência, inovação, equipes altamente qualificadas e soluções nutricionais à base de leveduras que trazem resultados efetivos na produtividade das empresas e parceiros.

"A Aleris possui características ímpares, uma base de sustentação à tecnologia e à inovação, produtos de qualidade, de agregação de valor, que entregam resultados diferentes para os seus clientes", reforça Betancourt.

Após o hiato de cinco anos da cláusula contratual da venda da BTech, empresa que fundou em 1992 e que impedia o empresário de atuar no segmento, ele se manteve participativo em outras frentes do

agronegócio. Seu êxito na gestão do Sindicato Nacional da Indústria de Alimentação Animal (Sindirações) e interesse pela vida associativa mantiveram o empresário atuante. Atualmente Roberto Betancourt é diretor titular do Departamento do Agronegócio da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Deagro/FIESP).

"Estarei presente aconselhando e auxiliando a construção do futuro da Aleris, uma empresa moderna, sustentada na pesquisa e

compromissada com a agregação de valor para a cadeia de produção de proteína animal e indústria pet food", completa.

Além da Aleris Animal Nutrition, Betancourt atua e investe em outros negócios. Hoje administra a Fazenda Poncia Palmeiras, em Jacareí (SP), referência na produção e comercialização de palmeiras, e é investidor anjo da Cromai, startup de inteligência artificial voltada para o setor agropecuário vencedora no Prêmio Agrishow Startups 2023. **AR**



Roberto Betancourt: "Estarei presente aconselhando e auxiliando a construção do futuro da Aleris".

Uby Agro diversifica com nova fábrica de biológicos

A Holding Uby Agro, que reúne as empresas Ubyfol, Ubycover, Allas Soluções Logísticas e MonHub, anuncia ao mercado a chegada da Vitales, empresa de biológicos para agricultura que fará parte do grupo e estará sediada em Uberaba, Minas Gerais. Com investimento total de R\$100 milhões, a nova operação será estabelecida em um espaço de 15 mil m² de área construída, com expectativa de gerar 400 empregos diretos e mais de 1.200 indiretos até 2030.

A Uby Agro estreia assim sua atuação na oferta de produtos biológicos, um segmento que tem previsão de alcançar a marca de US\$11,1 bilhões até 2025, de acordo com a IHS Markit. A companhia inicia suas operações com a linha Gratto, que oferece 10

produtos altamente eficazes para o manejo integrado de pragas focando nos mercados de cana, soja, milho, café e pastagem.

“Além do nosso know-how, queremos proporcionar aos clientes da Vitales uma experiência de sucesso no uso de biológicos. Por meio de uma equipe de vendas preparada, queremos atuar como consultores fornecendo informações que apoiem na hora da utilização dos nossos produtos, com foco em resultado e produtividade”, avalia Fabrício Simões, presidente da Holding Uby Agro.

Com a Vitales, a Holding espera estar entre os cinco maiores players de defensivos biológicos no país até 2030. “Para alcançar esse patamar,

nossa aposta é o diferencial com que a companhia chega ao mercado pois já nasce com grande conhecimento estratégico amparado pela bagagem de uma das principais empresas de nutrição vegetal do Brasil”, complementa o executivo. AR



Fabrício Simões, Presidente da Holding Uby Agro.

Mosaic tem novo Country Manager



Eduardo Monteiro, novo Country Manager da Mosaic Fertilizantes.

A Mosaic Fertilizantes, uma das maiores produtoras de fosfatos e potássio combinados, anunciou na última semana de junho mudanças em sua estrutura organizacional. Eduardo Monteiro, até então vice-presidente Comercial da companhia, assume o cargo de Country Manager. Sob sua responsabilidade estão as áreas de Comercial de Brasil e Paraguai, Supply Chain e unidades de Misturas. O profissional continua se reportando a Corrine Ricard, presidente da empresa.

Com a nova posição, a Mosaic Fertilizantes busca impulsionar a estratégia de crescimento da companhia no País,

alinhada aos esforços de eficiência e competitividade na América do Sul. A empresa segue investindo no Brasil e nos avanços sustentáveis e tecnológicos em produção e na promoção de soluções para a saúde do solo e fornecer nutrientes às plantas.

Eduardo Monteiro é economista e está na companhia há 20 anos, com passagens como diretor Financeiro, diretor de Supply Chain e Desenvolvimento de Mercado, diretor de Vendas e Distribuição e vice-presidente Comercial. Desde 2020 também é presidente da Associação Nacional para Difusão de Adubos (ANDA). AR

Você já 'Turistou' hoje?



Turista
Profissional
.com.br

Vale a pena 'turistar' por aqui!

Canal Turista Profissional - Comunidade Instagram - Comunidade Facebook
Palestras - Coach - Consultoria



(11) 9.9105.2030

www.turistaprofissional.com.br



VENHA
VIVER
UMA

EXPERIÊNCIA ESSERE

2016



confiança



respeito



inspiração



suporte



parceria

Temos bases sólidas que sustentam nossa marca. Viva essa experiência com o Essere, seu parceiro confiável no agronegócio.

Saiba mais
pelo QR Code



essere.group



ESSERE
GROUP



‘Experiência ESSERE’ para o Agro Brasil

Holding Essere Group oferece soluções tecnológicas de última geração para lavouras de agricultores e pecuaristas no país inteiro

Um cardápio presente nas fazendas mais produtivas do Brasil desde o fim do século passado. Nutrição e fisiologia com biofungicidas, bio inseticidas, bionematicidas, inoculantes e fertilizantes inteligentes. Quase 35 anos ajudando o produtor rural a alimentar o mundo, a partir da sede em São José do Rio Preto, no coração do Estado de São Paulo. A marca Essere Group desempenha um papel fundamental no agronegócio nacional. E reúne quatro unidades de negócios. A Bionat Soluções Biológicas é referência em soluções para o manejo integrado de pragas e fitopatógenos, além de primeira exclusiva de defensivos biológicos, genuinamente nacional, a receber a certificação ISO 14001:2015. Atua em fungicidas microbiológicos, inseticidas microbiológicos, nematicidas microbiológicos e inoculantes. A Kimberlit Agrociências é uma das maiores empresas de fertilizantes do país, atua nos segmentos de bioestimulação, nutrição especializada, saúde vegetal e tecnologia de aplicação. Já a Loyder Brasil produz fertilizantes inteligentes NPK para aplicação via solo, que entregam alta performance em produtividade. Fechando o ciclo, a Floema Logística atende a demanda do Essere Group, conectando as pontas da cadeia produtiva, entregando as soluções no momento certo e com a conservação da melhor qualidade, incluindo transporte refrigerado.

Além da oferta e do transporte, o Grupo atua com conceitos e projetos que

perseguem maior produtividade lá na ponta, na lavoura. “Objetivamos sempre estimular as plantas a crescer mais e absorver o nutriente que está no solo. Por isso criamos o SIM, Sistema Integrado de Manejo. E ainda lançamos o projeto ‘Biológicos não é tudo igual’. Para orientarmos os agricultores sobre cada microrganismo que é aplicado, a quantidade, as possibilidades de mistura. O biológico é um cenário presente, mas ainda novo para o produtor. É sempre preciso alertar da necessidade de trabalhar com empresas idôneas, profissionais competentes e que levem informação constantemente. Nosso time tem essa rotina. Dar suporte ao agricultor. O desafio dele é diário, a

cada período, cada safra. E aumentar produtividade e rentabilidade dele. É o formato que trabalhamos em todas as nossas linhas de produtos, todos os segmentos das três unidades de negócios”, esclarece Bruno Neves, Gerente de Produtos do Essere Group.

E o horizonte do Grupo é de avançar ainda mais. Uma nova planta fabril, desenvolvimento de novos produtos, cepas exclusivas. “Usamos o conhecimento gerado pela ciência e a aplicação de tecnologias no desenvolvimento e fabricação de tecnologias, nas múltiplas culturas. Comercializando soluções que aumentam a sanidade e produtividade das lavouras”, concluiu Bruno Neves. **AR**

ESSERE GROUP

- # Sede em São José do Rio Preto (SP)
- # Kimberlit Agrociências: nasceu em 1989
- # Loyder Brasil: nasceu em 2007
- # Bionat Soluções Biológicas: nasceu em 2019
- # Floema Logística: nasceu em 2019
- # Site: essere.group

PILARES ESSERE GROUP

- # Confiança no segmento, nos parceiros e no trabalho realizado
- # Inspiração para mirar o futuro, a segurança alimentar e o crescimento do Brasil
- # Parceria total com os clientes, a todo momento
- # Respeito ao meio ambiente, à sociedade e ao homem do campo
- # Suporte de profissionais competentes resolvendo problemas dos clientes

Bradesco lança Plataforma E-agro

Plataforma nasce com parceiros que representam algumas das principais categorias do setor: máquinas agrícolas, insumos, implementos agrícolas e serviços

O Bradesco, maior banco privado na concessão de crédito ao agronegócio brasileiro, anunciou no início de junho o lançamento do E-agro, plataforma voltada ao setor com oferta de produtos e serviços financeiros e não financeiros para o produtor rural, clientes e não clientes do banco. No E-agro, toda a cadeia do agronegócio terá disponível soluções de crédito para produção agrícola, pecuária, empréstimo pessoal, modalidades de seguros, além de oferta de produtos como máquinas e equipamentos,

ferramentas de gestão agrícola e de sustentabilidade. Também será possível contratar a Cédula de Produto Rural (CPR) digital de forma totalmente on-line. “A demanda do produtor por compras digitais tem crescido e o E-agro chega para atender essa tendência: de auxiliar, fomentar e promover maior rentabilidade ao produtor rural”, afirmou a Head do E-agro, Nadege Saad.

O E-agro nasce com parceiros que representam algumas das principais categorias do setor de máquinas



Maior banco privado na concessão de crédito ao agronegócio brasileiro.

agrícolas, como Massey Ferguson, Jacto, Stara e Valtra; do setor de insumos e implementos agrícolas, como Boa Safra Sementes, DSM Tortuga, Neogen, Nitro e Latina Seeds, Cibra, Jumil, KWS Sementes e Tecnomyl, além do setor de serviços com a Agrosmart e a Sapiens Agro. A previsão do banco é reunir mais de 50 parceiros na plataforma até o final deste ano. Para atender o setor, a plataforma faz uso de inteligência artificial cognitiva e aprendizado de máquina da IBM.

AR



Nadege Saad (Head do E-agro), José Ramos Rocha Neto (Vice-Presidente Executivo do Bradesco) e Roberto França (Diretor de Agronegócio Bradesco).

BRDESCO

80 anos de atividades

Presidente Executivo do Bradesco:

Octavio de Lazari.

Presidente do Conselho de Administração do

Bradesco: Luiz Carlos Trabuco Cappi

“

Bradesco, o maior Banco privado na concessão de crédito ao agronegócio brasileiro”.

Um negócio do

GRUPO
PUBLICQUE
PRESEÇA TOTAL NO AGRO

Excelente para quem quer informação.



Melhor ainda para quem quer vender.

Fale conosco!

Patrícia Opik
patricia@publique.com
(11) 9.9624.3377

Viviane Romão
viviane@publique.com
(11) 9.4521.4027

Vinicius Godoy
vinicius@publique.com
(16) 9.9782.1612

Renato Leite Jr.
renato@publique.com
(11) 9.8272.9859



www.agrorevenda.com.br

AR

AgroRevenda

A Plataforma de Conteúdo da Distribuição Agro

One Agro Syngenta - Pré-evento



Rodrigo Capella, Nêmora Reche, André Pozza e Carlão da Publique.



Com Luisa Nogueira.



Com Luciano Daher, Diretor Comercial da Syngenta.



Com Roberto Dib, da Syngenta.

One Agro Syngenta



Com André Savino, Presidente do SYNAP - Syngenta.



Com Silvia Massruhá.



Com Marisa Contreras.



Com Marcelo Schwalbert CFO Cootrijal.



Com Sergio Bortolozzo, Presidente Sociedade Rural Brasileira.



Com Tomateiro, influenciador digital.



Com Gedeão Pereira, presidente da FARSUL.



Com Arnaldo Bortoletto, Presidente Coplacana.



Com Jeff Rowe, Presidente Global Syngenta Crop Care.



Com Julio Busato, agricultor.



Com Alexandre Schenkel, Presidente da Abrapa.



Com Antonio Carrere, CEO John Deere.



Com produtores e empresários do Agro.



Com João Gorjen.



Com Tânia Cosentino, Presidente da Microsoft Brasil.



Com Eduardo Daher, Diretor Comercial da Syngenta.



Com Marcos Troyjo.



Com Fábio Neufeld.



Com Leandro Serau, CFO Syngenta



Com Juan Pablo Lhobet, Presidente da Syngenta LATAM.

CESB Soja - Indaiatuba/SP

Fala Carlão faz cobertura total do mega evento da soja no Brasil



Lançamento Utrisha N da Corteva - Passo Fundo/RS

Programa fala Carlão entrevista produtores, pesquisadores e executivos da multinacional



Employer São Paulo - Rota do RH



Com Alberto Oliveira, da Syngenta.



Com Francine Amadeu, da Employer.



Com Nadine do Carmo, palestrante.



Com Marcelo de Abreu e Silva, VP da Employer.



Marlos Melek, Juiz Federal.

AgroCorona em Porto Feliz/SP



Com equipe da AgroCorona.



Com Amilcar Farid Yamin, empresário e pecuarista.

Na FIESP, São Paulo/SP



Com Guilherme Campos e Cleber Soares.



Com Roberto Paranhos, do Rio Branco.



Com Guilherme Bastos.



Com Guilherme Campos.



Com Sérgio Bortolozzo.



Com Silvia Massruhá.



Com Jacyr Costa Filho.



Com o Embaixador do Brasil na Índia e Butão, Kennedy Nóbrega.



Com Jackson Schneider da FIESP.



Com José Antônio Fernandes Martins.

VetFamily, São Paulo/SP



Carlão da Publique, Ana Flávia e Henry Berger.

Palazzo Verde, São Paulo/SP



Luiz Rossi, da AgRoss, Carlão, Leão e Zeila.

Em Osasco/SP



Com Alexandre Hemza, diretor da Milagro e Zezé de Camargo.



Com Paulinho Márcio Batista e Tatiana Lucas do Bradesco.



Carlão na sede do Bradesco em Osasco, SP



Com Fernando Degobbi, Presidente da Coopercitrus.



Com Osvaldo Bachião, Vice-presidente da Cooxupé.



Renato Leite Jr. do Grupo Publique e Carlão da Publique.



Com Jorge Lourenço da Cooxupé.



Com Frederico Calazans.



Com Nei Mânica.



Com Gabriel Albuquerque, da Laborsan.



Com Claudio Post, Presidente da Cooperativa Regional Auriverde de Santa Catarina.



Com Danilo, do Grupo Conecta.



Com Leandro Junqueira, presidente da Cooprata.



Com Giovani Magalhães e Mário Ferraz de Araújo, da Cooxupé.



Com Leonardo Gregório, da ICL.



Com César Cimatti, diretor da Coplana.



Com Dilvo Grolli, Presidente da Coopavel.



Com Luciana Martins.



Com Carlos Augusto Rodrigues de Melo, presidente da Cooxupé.



Com Andreia Bernabé.



Com Leonardo Sodré.



Com Adam Stemmer, presidente da Cooperativa Agrária.



Com José Marcos Rafael Magalhães, Presidente da Cooperativa Minasul.

Nossa Capa

40
ANOS

AGRO AMAZÔNIA

É com *raízes fortes*
que o agro cresce.



O ATO COOPERATIVO

O presidente do Sistema OCESC, Luiz Vicente Suzin, destaca a importância de o Senado preservar, na apreciação da Reforma Tributária aprovada pela Câmara dos Deputados, o Ato Cooperativo, que tem sólidos fundamentos históricos e filosóficos.

DNA EUROPEU

Fundada em maio de 1951, a cooperativa Agrária tem uma história única e rica. Ela é resultado da iniciativa de uma instituição humanitária europeia, que trouxe para o Brasil 500 famílias de suábios do Danúbio.

Participe da próxima edição da Revista AgroRevenda. Confira o Mídia Kit da Plataforma Agrovevenda pelo QR-Code ao lado.



AgroRevenda e ANDAV

Plataforma mostra os grandes eventos no Brasil e exterior. E cobre com exclusividade o Congresso da Distribuição.



Entrevista

Marcos Troyjo alerta: o futuro do Brasil está na Ásia!

Mercado

Produtores e distribuidores precisam planejar a comercialização da Safra 2023/2024.



Só dá Álcool

O carro elétrico é coisa do passado. O futuro é de veículos movidos à etanol de cana, milho e trigo.



Mal a ser combatido

As mortes de algumas pessoas ocorridas no estado de São Paulo em decorrência da febre maculosa reforçam a necessidade de os tutores de pets conhecerem e combaterem os carrapatos, que são vetores dessa e de outras doenças.

Proteção contra influenza

Influenza equina é uma doença que afeta os cavalos durante todo o ano, com maior frequência nos meses mais frios. Ela torna os animais mais suscetíveis a infecções secundárias, como a pneumonia. Por isso, a vacinação regular é fundamental.

A plataforma que administra toda esteira de crédito

Com a Traive você evolui a gestão dos riscos de seu negócio com governança, agilidade e liquidez.



Só com a Traive você tem

Produtores e clientes
com histórico transacional
verificado

6 bases de score para
mitigar riscos de
investimento

Checagem automática de
mais de 25 documentos
do produtor



Entre **8 e 10 de agosto** estaremos no **Congresso Andav**. Visite nosso estande (**n. i.80**) e conheça nossas **condições exclusivas**.



Acesse nosso site para **saber mais sobre nossas soluções!**

traivefinance.com

