

AgroRevenda

A Plataforma de Conteúdo da Distribuição Agro



AgroGalaxy venceu 2023 e aposta no Agro Brasil

Eron Martins, Chefe de Operações Financeiras; Welles Pascoal, CEO; Axel Jorge Labourt, Chefe de Operações



Entrevista

Carlos Cogo: "A Fazenda Brasil produz bem, mas não faz boa gestão"



Negócios

Leonardo Cerise e Leonardo Matsuda são a nova geração de executivos do Agro



Bionat

Antonio Carlos de Gissi Junior, CEO do Essere Group, holding que controla a Bionat



CONTRATE CRÉDITO RURAL
E CONCORRA A

3 tratores 0km


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



Saiba como
participar.



Entre nós,
você vem primeiro.

 **bradesco**

Crédito sujeito a aprovação, enquadramento, licenças e demais condições dos produtos. Válido para operações de Crédito Rural (R076 / CPB) e/ou BNDES Agropecuário e/ou Multicrédito (limite quadricênario) - Promocão válida de 1/08/2023 a 15/7/2024. Consulte condições de participação e resultado completo em bradesco.br/informacoes/credito-rural-agropecuario ou bradesco.br/informacoes/credito-rural-agropecuario. SAC - Atividade Ativa ou de Faltas: 0800 727 0099. Ouvidoria: 0800 727 9333. Fotos meramente ilustrativas.





entrevista	10	irrigação	118
Carlos Cogo, consultor		Irrigação com pivô avança!	
capa	16	sustentabilidade	120
AgroGalaxy venceu 2023 e aposta no Agro Brasil		O combustível do futuro	
Especial SuperAgro	64	trangênicos	122
SuperAgro, a grande mostra de tecnologia e negócios		Biocombustível vale R\$ 143,5 bilhões	
Syngenta	76	mapa da distribuição	126
André Savino assume Proteção de Cultivos da Syngenta		Distribuição Brasil 2024	
Falando de Bichos	77	eventos	140
Tudo de Pet. Tudo de Bom.		FIIB 2023 convoca: vamos irrigar mais!	
markestrat distribuição	84	ASBRAM	144
Distribuição na Via Digital		Fernando P. Cardoso Neto assume Presidência da ASBRAM	
markestrat profissional de vendas	90	negócios	146
O Desafio de Atrair e Reter Talentos		Mulheres cooperativistas no mar!	
markestrat sucessão	94	economia	155
Comando e Sucessão Empresarial		Inflação: o imposto invisível	
AgroCooperativas	97	crédito	156
Aurora Coop é o gigante dos suínos no Paraná		O dinheiro do agro Brasil	
Grupo Publique Day	106	fungicida	158
Grupo Publique Day mostra, na prática, sua presença total no agro		Fungicidas multissítios avançam na soja	
bioinsumos	112	sindirações	160
Biológicos avançam e impulsionam grandes projetos		Brasil produz 87 milhões de toneladas de ração e sal mineral	
defensivos	115	por onde andamos	162
Café movimenta R\$ 2,7 bilhões em defensivos		Eventos e encontros do Agronegócio Brasileiro	
inoculantes	116	o que vem na próxima AgroRevenda	172
Inoculantes Biológicos		Safra 2024	


Faça parte do agro do futuro


Conheça a mais completa plataforma de gestão integrada para o agro. Aumente a rentabilidade do seu negócio e ganhe eficiência operacional com o Siagri Simer, a maior inovação em ERP da Aliare.

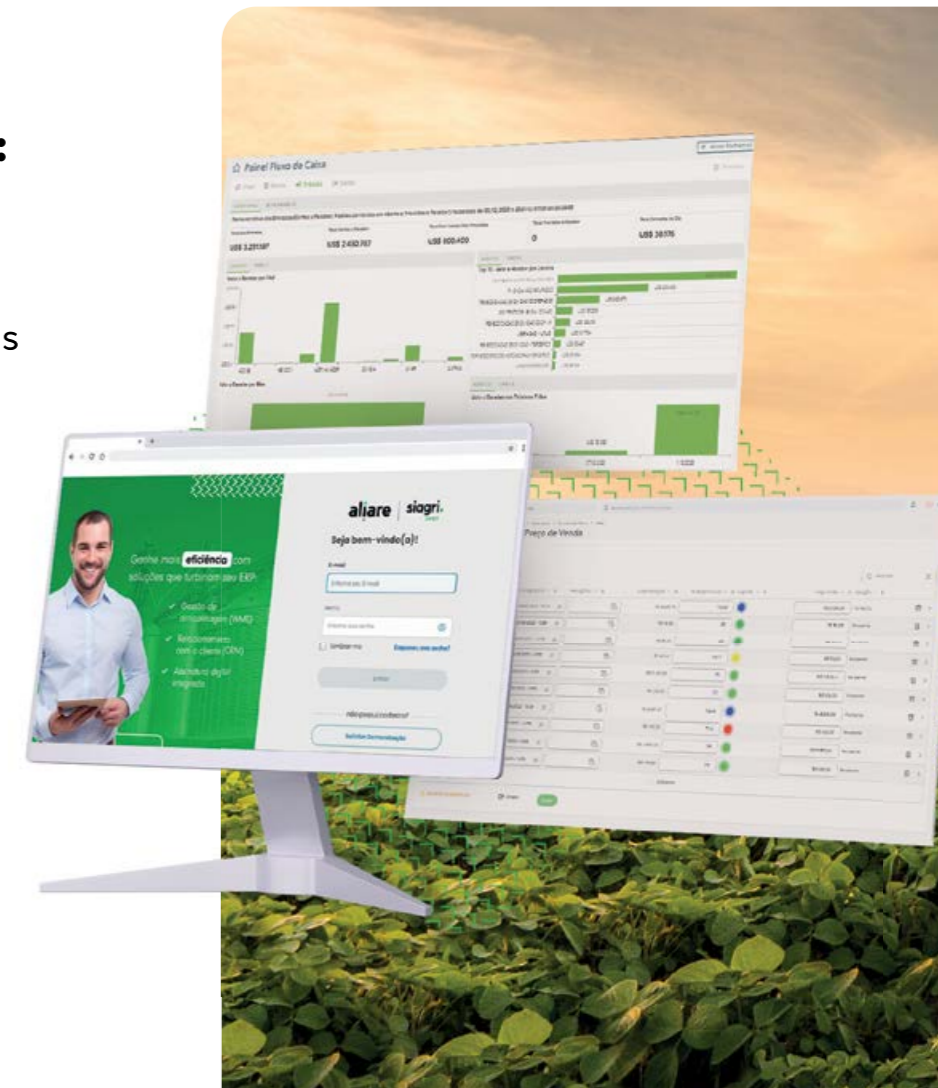
Automações e processos inteligentes:

 Integrações bancárias e financeiras

 Assinatura digital e eletrônica

 Movimentações contábeis e fiscais

 BI integrado



100% Web

aliare | **siagri.**
SIMER

0800 672 1500

Saiba mais





TATYANEISA MASCIMENTO / PUBLIQUE BANCO DE IMAGENS

Olá, leitor!

Entramos em 2024 com várias certezas.

Devemos sempre aprender com nossos erros.

Agir rápido para corrigir problemas é fundamental.

O Brasil vai colher outra grande safra.

O clima é um desafio eterno na vida da fazenda.

Tecnologia é vital para produzir mais.

E planejamento da lavoura e comercialização são chaves para garantir margem.

Nossa edição trata dessa complexa realidade da competente agricultura brasileira.

E destaca o trabalho bem feito de um gigante da distribuição, que deu uma aula de como vencer dificuldades com rapidez, inteligência e medidas básicas de administração e gestão.

Com transparência máxima. Acompanhe.

E tenha uma 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
anaf@publique.com
(34) 9.9813.1373

AGRO DIRETOR DE PLANEJAMENTO: Murilo Trevisan
murilo@publique.com
(11) 9.7548.0088

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

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

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

AGRO VENDEDORES: Paulo Bonanni
comercial@agrorevenda.com.br
(11) 9.9402.7078

Anderson Siqueira
anderson@publique.com
(11) 9.9863.1675

Renato Leite Jr.
renato@publique.com
(11) 9.9872.9859

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) 9.7082.0508

AGRO EDITORES DE VÍDEOS: Anna Marques
amarques@publique.com
(34) 9.9202.9645

Fany Michel
fany@publique.com
(34) 9.9911.0536

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

Rafael Alves
rafael@publique.com
(15) 9.9653.4363

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: Gráfica Maistype

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 487629 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.agrorevenda.com.br
agrorevenda@agrorevenda.com.br

www.agrorevenda.com.br



PRESIDENTE E FUNDADOR: Carlos Alberto da Silva

www.publique.com



Consórcio Agro Bradesco acelera nas vendas!

Administradora que mais contempla no país apresenta soluções personalizadas para o produtor rural.

João Carlos Gomes da Silva, Diretor Executivo, nos contou que desde 2022 com a criação da marca Consórcio Agro Bradesco, é notória a diferença de percepção e de conhecimento sobre o consórcio no setor e como cada vez mais pessoas vêm buscando essa solução.

A Bradesco Consórcios oferece um portfólio completo para a aquisição de bens móveis e imóveis para os empresários do campo. Para os bens imóveis, o produto permite a compra, construção e reforma de propriedades rurais como fazendas, além de terrenos e silos agrícolas, para pagar em até 192 meses. Em relação aos bens móveis, as possibilidades são ainda mais amplas, pois o Consórcio permite a aquisição de picapes, tratores, caminhões, além de toda a gama de máquinas e implementos agrícolas, como semeadoras, plantadeiras, pulverizadores, colheitadeiras, grades aradoras, pivô de irrigação, drones e muito mais. E todas essas opções para pagar em até 100 meses.



João Carlos Gomes da Silva, Diretor Executivo do Banco Bradesco.



Henrique Fernandes, Diretor da Bradesco Consórcios.

O Consórcio tem uma aproximação muito forte com o agronegócio porque permite a compra a longo prazo e o empresário rural é um público planejado, que se organiza conforme o calendário e o ano safra. É isso o que o Consórcio entrega, uma solução de crédito que não cobra juros e nem precisa de entrada.

“É um grande orgulho poder afirmar que a Bradesco Consórcios é a administradora líder de mercado nas suas frentes de atuação e a que mais contempla todos os meses. Só em 2023, fechamos o ano com um faturamento de R\$ 1,5 bilhão no Agronegócio. Todos os meses realizamos em torno de 19 mil contemplações e uma média de 800 bens móveis pagos todos os dias, representando cerca de 30% do mercado de consórcio, de bens móveis e imóveis.”, declara Henrique Fernandes, Diretor da Bradesco Consórcios.

Isso só é possível porque a Bradesco Consórcios tem mais de 3.500 grupos disponíveis. Esses grupos têm em média 700 participantes, que possibilitam uma gestão próxima e eficiente, garantindo a saúde financeira que permite



Alex Chalegre, Superintendente Executivo da Bradesco Consórcios.

atender e realizar os sonhos dos clientes com maior nível de assertividade. Alex Chalegre, Superintendente Executivo, também conta que o Consórcio Agro Bradesco coloca à disposição do empreendedor um time de especialistas que atua entendendo as necessidades dos clientes e fabricantes, oferecendo soluções adequadas e personalizadas. Para isso, a empresa tem investido em treinamentos especializados.

A administradora possui, principalmente para o mundo agro, uma solução de crédito personalizada e sob medida para produtores e empresários rurais que precisam realizar a aquisição de um bem de alto valor, acima de R\$ 300 mil. Para obter o crédito pretendido, o cliente tem a opção de adquirir diversas cotas de consórcio que, somadas, podem atingir o valor desejado.

Todos esses esforços acontecem para que mais pessoas tenham conhecimento sobre o produto e possam aproveitar as condições oferecidas. Assim, em 2024 existe uma grande perspectiva de crescimento nessas operações.





“A Fazenda Brasil produz bem, mas não faz boa gestão”

Ele traz os números na alma e na boca. Um atrás do outro. Para não acabar mais. Fala direto, objetivo e rápido. Alta rotação até o fundo da alma. São mais de 32 anos atuando como consultor de grandes corporações e agropecuárias. Médico Veterinário formado na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, fez pós-graduação em Agronegócios pela Universidade Federal do Paraná e especialização em ‘Análises de Mercados’, na mesma instituição. Morou e trabalhou em Buenos Aires e Cidade do México, para conhecer como atuavam as agências de consultoria, entender o mercado e os modelos internacionais de consultoria. Atuou na área de pesquisas econômicas do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) durante sete anos, em levantamentos de safras, elaboração de custos de produção e política agrícola. Então, Carlos Cogo tornou-se consultor, quando a atividade era nascente.

A ‘Cogo Inteligência em Agronegócio’ atende agricultores, cooperativas, tradings, agroindústrias, corretoras, agentes financeiros, empresas de insumos, armazenagem e máquinas agrícolas. Do Brasil e exterior. Gente graúda, como Sumitomo Chemical, IHARA, ADAMA, Nortene, Jacto, Bayer, Valmont, Bradesco, GSI, Sicredi, entre várias outras marcas. Tem um dos maiores bancos de dados do Agro Brasil. O

“Somos campeões em plantio, conquistamos o Cerrado. Porém, somos ainda muitos fracos na gestão da porteira para dentro. Temos que definir nossa meta de margem, olhar mais as análises”.

‘homem dos números’ entrega-se a relatórios mensais com as tendências dos mercados de commodities agrícolas e orientações para os clientes conduzirem as atividades com base em informações estratégicas e fundamentadas. Safras, grãos, tendências, sínteses, custos, projeções, rentabilidade, áreas de cultivo, máquinas agrícolas, insumos, crédito, investimentos. Entrega para gente graúda do setor. A trajetória desse gaúcho descendente de imigrantes italianos que foram cultivar as terras das serras do Rio Grande acompanhou de perto o sal-

to tecnológico, produtivo e econômico do agronegócio do Brasil.

O Brasil planta 73 milhões de hectares de grãos usando apenas 48,6 milhões de hectares. Porque quase 24 milhões de hectares são utilizados duas, três ou até quatro vezes no mesmo ano. “É milho segunda safra, feijão terceira safra, algodão de segunda safra e assim por diante. Alargamos grandemente a quantidade de área que está sendo usada durante o ano. E com o uso intensivo de tecnologia. Defensivos, fertilizantes, insumos, inteligência

artificial, biológicos, máquinas, equipamentos. Até porque nosso país não é marcado pela riqueza dos solos. Temos deficiência de ingredientes, principalmente nas grandes regiões de fronteira agrícola, como Cerrado, Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia. Mas o produtor investiu, perseverou, acreditou e trabalhou, cravando saltos de quase 6% ao ano”, reforça Cogo.

Mas vocês sabem que gaúcho é gaúcho. O consultor elogia o salto monumental dado pelo setor em quarenta anos. Mas ficou bravo em 2023 com a falta de planejamento do agricultor para comercializar a safra recorde de mais de 320 milhões de toneladas. E adianta que o mesmo erro pode se repetir em 2024. “Temos que definir nossa meta de margem, olhar melhor as análises, pensar apenas o lado do produtor. Não depender dos outros. E aprender a gerir melhor”, dispara. Agro Brasil, escute o Cogo!

AgroRevenda - Em mais de 32 anos na área, o que mais te marcou?

Carlos Cogo - A escalada do Brasil para

“ Não devemos abrir mão da Europa. É um mercado importante, absorve 16% das exportações do nosso Agro”.

tornar-se o maior exportador mundial de grãos e um dos maiores produtores de alimentos do planeta. Não foi de uma hora para outra. Foi uma cadência muito boa e agora acelerando bastante. Vencemos vários desafios e agora temos outros pela frente.

AgroRevenda - E quem foi o grande responsável? Produtor, governo, empresas, entidades de pesquisa, universidades?

Carlos Cogo - Sem sombra de dúvida, foi o produtor rural. Trabalhou na

terra, enfrentou solos desafiadores, seguiu em frente, abriu fronteiras. Em vários momentos, teve ajuda de vários profissionais, ministros, empresas, mas decisivo mesmo foi o papel do agricultor.

AgroRevenda - Como você analisa a Pecuária do Brasil hoje?

Carlos Cogo - Estamos num ciclo positivo de oferta, depois de passar uma fase negativa. Os preços subiram bastante. Está certo que 2023 começou com uma queda nas vendas externas, cerca de 4% em volume, mas recuperou ao longo do período. Mas há excesso de animais para o abate, os criadores iniciaram a venda das fêmeas, o que provoca preços baixos, que é o 'ciclo vicioso' de valores. Mas logo virá a recuperação, provavelmente em 2024 e 2025, e a volta do crescimento dos preços. São os ciclos da pecuária que o produtor tem que saber gerir e, dentro do possível, aproveitar o movimento de contramão. Por exemplo, agora, aproveitar ao máximo para reter os bezerros, por no pasto e jogar esses animais mais gordos no mercado daqui dois anos.



AgroRevenda - Na Pecuária, todos reclamam que outros atores da cadeia ganham mais. Produto, indústria e Varejo. Alguém tem razão nesse 'choro'?

Carlos Cogo - Tem muito mito nessa história toda. O que posso dizer é que o supermercado tem um lucro muito pequeno. E a margem é obtida com o volume. Isso é histórico. É a menor margem de todas, com certeza. O frigorífico acompanha as oscilações dos mercados. Ele paga o boi de acordo com o que ele escoar de carne. E os preços internacionais para quem exporta não param de cair, ultimamente. Isso acaba sendo repassado ao mercado interno também.

AgroRevenda - Nesses últimos meses, você afirmou que o agricultor precisa melhorar a gestão. E o pecuarista, está atrás nessa jornada?

Carlos Cogo - Não. Eles são iguais. O pecuarista sabe tocar a atividade, fazer o manejo todo correto, interpretar as coisas que necessita corrigir. Mas ambos sofrem com problemas de gestão. O pecuarista também. Ele precisa melhorar em questões como fazer hedge, proteção de preço, saber comprar insumos da maneira correta, trabalhar com a B3, entender bem os ciclos para se posicionar corretamente na chegada de cada ciclo. Falta gestão como falta também nos grãos.

AgroRevenda - O produtor rural brasileiro utiliza adequadamente a gestão dos dados divulgados por instituições de mercado, clima, etc.?

Carlos Cogo - Muita gente argumenta, por exemplo, ao longo dos tempos, que não acreditam nos relatórios do USDA (Departamento de Agricultura dos Estados Unidos na sigla em inglês. O centro de pesquisas do Agro mais respeitado no mundo). Para



mim, depois de 32 anos de consultoria, isso é semântica. Todos os agentes do mercado se orientam por esses relatórios. E por análises climáticas, como as realizadas pela Administração Nacional Oceânica e Atmosférica dos EUA (NOOA). Eu não sou meteorologista, mas reconheço que as culturas são impactadas por fenômenos climáticos antecipados por especialistas para o mercado futuro. O mercado futuro não precifica uma quebra de safra, um dano de uma lavoura. E, sim, o risco. Existem safras seguradas e outras em aberto, sob influência do clima, e que influenciam os preços futuros das commodities. Análise mercadológica. Pura e simples. Eu trabalhei no USDA e quem chegar perto do que eles fazem vai ser muito bom. Eles desempenham rigorosamente, com aferimento. Já foram até melhores porque eles também sofrem problemas como outros no mundo inteiro. Mas são muito competentes.

AgroRevenda - O produtor vendeu mal a safra 2022 – 2023?

Carlos Cogo - Houve uma perda de 30% no preço da soja na safra pas-

sada por erro de estratégia. É duro falar isso. Assim como é duro ouvir. Não é agradável. Mas eles precisam atentar para não cometerem o mesmo erro. Os prêmios até junho de 2024 estão negativos nos portos. Não pode haver erros de gestão. E isso é resultado da postura do produtor. Não tem nada a ver com atitudes do governo, do clima, etc. Muita gente não quer vender antecipadamente e pode errar feio como em 2023.

AgroRevenda - Isso pode se repetir agora?

Carlos Cogo - Eu sou um analista, não um juiz. Sou direto e honesto. E digo que o produtor brasileiro está caminhando para cometer novamente um grande erro estratégico. Ele não está fazendo hedge antecipado, travando parte do que vai colher. Os portos estão com prêmios na mesma linha de 2023 e os agricultores seguem apostando em preços e não nos resultados. Eles precisam olhar o custo operacional objetivo, definirem a margem mínima concreta, o resultado do trabalho produtivo. Mas não, levam ao limite da gestão equivocada.

AgroRevenda - Qual a sua previsão para a safra 2023 – 2024?

Carlos Cogo - A safra de soja deve ser boa, com algo em torno de 163,4 milhões de toneladas (previsão feita em novembro de 2023). Aliás, acertamos a safra total em 2022 – 2023. E imaginamos a próxima em torno de 332 milhões de toneladas, um pouco menor em milho, se não houver grandes novidades climáticas. Eu diria uma safra normal. E grande, se pensarmos globalmente.

AgroRevenda - E os preços?

Carlos Cogo - Projetamos preços médios mais baixos em 2024 do que foram em 2023 e 2022. A diferença é que os custos de produção tiveram queda proporcionalmente melhores do que as quedas de preços dos produtos. Porém, com margens muito boas para parâmetros históricos. É o que se avizinha para a temporada 2024.

AgroRevenda - Por que nossos produtores adiam tanto a decisão de vender?

Carlos Cogo - É a mesma teimosia de sempre. O produtor rural brasileiro não acredita em seca e em queda de preços. Se a saca estiver em R\$ 150, ele acha que vai para R\$ 170. Se chegar a R\$ 170, ele acha que vai para mais de 200. E não vende.

AgroRevenda - As perspectivas de preços são boas em 2024?

Carlos Cogo - Podemos ter quebras de safra causadas pelo El Niño. Mesmo assim, os preços não vão subir na soja. A margem bruta no Cerrado ficará em 28%, líquida de 11%. Não é ruim, nem excelente. E sem adivinhar nada. Vendas alongadas, mix de posições, ações corretas. Melhor do que o milho verão. O milho vai ter área menor no inverno de 2024 e com o clima atrapalhando. Os fertilizantes tiveram quedas

“

O milho em 2024 vai ser para quem tem alta produtividade, pois a margem vai ser muito pequena. Coisa de duzentas sacas para cima, ponta total”.

expressivas, mas a ureia subiu bem. Vai ser milho para quem tem alta produtividade, pois a margem vai ser muito pequena. Coisa de duzentas sacas para cima, ponta total.

AgroRevenda - O milho, então, será um capítulo à parte?

Carlos Cogo - Sim. O Brasil é um dos dois mais importantes players do mundo, formador de preços, mas há informações de estresse na segunda safra de milho e o mercado vai subir. O grão vai exigir cautela. O momento não é venda antecipada em grandes volumes. Temos ex-



portações crescentes, produção de etanol, mas vamos passar por estoques baixos. A China compra forte e a Ucrânia zerou no fim do ano passado. A segunda safra terá estoque curto. Talvez uma margem de 11%. O que é espetacular para os americanos. Porém o produtor brasileiro não reconhece e vai interpretar como desejar. O mercado já precipitou. O milho tem capacidade para subir. E ainda tem o descolamento dos preços do trigo e milho. Não é normal. E um segundo movimento com produtores fazendo algodão e sorgo. Sorgo brasileiro de boa qualidade, com contratos na B3. E algodão firme, com bons preços. 17% de lucro, o que é um baita resultado diante do ano passado.

AgroRevenda - No comércio internacional, qual deve ser a aposta brasileira: aumentar o número de países que compram da gente ou atuar com produtos mais caros?

Carlos Cogo - Evidentemente, sempre vai ser melhor negócio comercializar produto processado e acabado do que matérias primas. Farelo e óleo no lugar da soja. Vestuário ao invés de pluma e algodão. Porém, não defendo nenhuma postura radical. Temos é que entender, conhecer o formato do mercado. Para ficar em um exemplo. A China, que é um grande comprador nosso, taxa fortemente a importação que realiza de farelo de soja. Em 13%. E a soja entra lá com um imposto bem menor, de 3%. Logo, neste caso, é bom negócio para o Brasil exportar o grão. Quem vai mudar essa questão tributária chinesa? Nós? É claro que não. É um detalhe interno deles. Nosso papel é entender a dinâmica dos mercados. Sou a favor, sim, de agregarmos valor às nossas commodities e temos um belo exemplo



CARLOS COGO

Nasceu em Porto Alegre (RS) | Casado | Sem filhos

Neto de imigrantes italianos que foram plantar na Serra Gaúcha

Médico Veterinário | Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Especializado em Análise de Mercado | Universidade Federal do Paraná

Professor de Pós-Graduação da Fundação Dom Cabral (MG)

32 anos atuando como consultor

na cadeia da carne de frango e carne suína, que usa soja e milho para dar valor e vender proteína animal ao mundo inteiro. Somos o maior exportador mundial de carne de frango e o quarto de carne suína. É um modelo que pode ser estendido a outros setores, mas depende de ação dos produtores, das entidades e do governo.

AgroRevenda - A Europa ainda é um excelente mercado, com mais de 400 milhões de consumidores de alto poder aquisitivo, mas 'caça briga' com todo o mundo, usando como desculpa o desmatamento, uso de produtos, doenças. Vale a pena ainda tentar vender mais para eles? Ou é melhor optarmos de vez pela Ásia, Oceania, África e América?

Carlos Cogo - Não devemos abrir mão da Europa. É um mercado importante, absorve 16% das exportações do nosso Agro. As exigências que eles fazem agora, nas regras atuais, são descabidas por não respeitar o que é desmatamento legal e ilegal para adquirirem nossos produtos. Está errado. Entretanto, o Brasil vai precisar encontrar fórmulas para adequar-se ao cliente. É importante destacar que não é apenas a Europa que está indo por esse caminho. Japão, China e Estados Unidos vão adotar políticas similares no curto e médio prazo para originar produtos de áreas desmatadas. Ou até normas ainda mais duras. Todos os nossos grandes parceiros comerciais vão seguir na mesma trilha. O melhor mesmo é se ajustar e entregar o que o cliente está pedindo.

AgroRevenda - E como anda a Comunicação do Agronegócio do Brasil?

Carlos Cogo - É ruim. Não é nada boa.

AgroRevenda - Como melhorar?

Carlos Cogo - Tem que ter mais coesão. Falar com uma voz só. Não conseguimos isso ainda. Só assim para o segmento defender-se de agressões externas e internas. Lutar pelos nossos princípios.

AgroRevenda - O Brasil Político pode atrapalhar o Brasil Agro?

Carlos Cogo - Nossos desafios são essencialmente internos. Entretanto, conquistamos e abrimos vários mercados internacionais. E cada parceiro novo é um mercado a mais. Só nós vendemos carne de frango para judeus e árabes, simultaneamente. Temos uma ótima colocação geopolítica comercial. Vendemos para China, Oriente Médio, África e Estados Unidos. Competimos com parceiros competentes em meio a uma guerra na Ucrânia, outra na Palestina. É uma postura correta, independentemente de política interna. Quero ver

resultados. Há falas inadequadas aqui e ali, mas o agro brasileiro vem fazendo um bom trabalho na área comercial. E há vários anos. Olhem o banho na questão sanitária que estamos dando no tocante à Gripe Aviária. Ela está presente aqui dentro e nada de casos em produção comercial. Somos campeões em oportunidades. Faltam portos, estradas, vivemos muitos problemas. Mas estamos seguindo. Liderando em carnes, grãos, açúcar, energia, laranja, madeira, celulose, etc. Um estado olímpico de oportunidades. Mas fica o alerta de que o produtor não pode ficar esperando. Somos campeões em plantio, conquistamos o Cerrado, um local inóspito, porém somos ainda muitos fracos em gestão da porteira para dentro. Temos que definir nossa meta de margem, olhar mais as análises, não pensar no lado que não é o dele, não depender dos outros. Ainda não sabemos gerir. **AR**



- ▶ 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



AgroGalaxy venceu 2023 e aposta no Agro Brasil

Empresa enfrentou 2023 com agilidade, negociou estoques, combateu prejuízos, investiu forte nas sementes próprias, comercializou os grãos dos clientes e agora vai ficar ainda mais perto do produtor e fomentar o barter como nunca

Sim, 2023 começou com um prenúncio de fartura total no Agro. Uma safra histórica de mais de 320 milhões de toneladas, insumos com preços confortáveis, economia nacional em alta e um crescimento espetacular de 20% do segmento no primeiro trimestre. O cenário apontava para mais um período de lucros, como o triênio 2020-2021-2022. Mas o 'osso' estava apenas começando. Os produtores rurais apostaram em alta ou manutenção de bons valores das commodities e os preços despencaram e oscilaram violentamente. Como pagar as dívidas e planejar a safra seguinte? As revendas penaram com um tombo de 44% no preço dos insumos. Como receber dos agricultores? O que fazer com os estoques? E os repasses para as indústrias? Para piorar, as taxas de juros permaneciam asfixiando ampliações, negócios e até o capital de giro. Até São Pedro jogou contra. Extremos climáticos obrigaram os lavradores a mudar o calendário de plantio. ●●●

Para os americanos, estava formada uma 'perfect storm', uma 'tempestade perfeita'. Foi a senha exata para um dos três gigantes da distribuição brasileira de insumos agrícolas apertar forte as duas mãos no leme do barco. O tarimbado Welles Pascoal, profissional com mais de quarenta anos de experiência no setor e integrante do Conselho de Administração do AgroGalaxy, voltou ao cargo de CEO no fim do primeiro semestre, substituindo Sheilla Albuquerque, afastada por licença médica. Outra chegada foi de Axel Labourt, executivo com mais de 20 anos de experiência nas indústrias agropecuária e petroquímica, que ocupou a liderança de operações da companhia. E ainda Eron Martins, para o comando da área de finanças, G&G, jurídico, TI e RI, aportando larga passagem por empresas e indústrias de insumos.

E a nave AgroGalaxy foi navegar. Diminuir estoques com várias campanhas de vendas e devolução de produtos ao fornecedor. Reduzir a inadimplência. Melhorar as margens, principalmente com especialidades e biológicos, que têm maior margem bruta entre os insumos. Batalhar o capital de giro. Receber mais grãos dos produtores clientes. Investir com atenção especial no segmento das sementes próprias. Adiantar o planejamento da safra 2023 – 2024. Fomentar o barter. Cuidar dos vencimentos de curto prazo. Selecionar quem efetivamente é bom parceiro, bom recebedor, bom pagador, bom parceiro, bom entregador de grãos.

Os resultados da estratégia colocada em prática para o desafio 2023 começaram a brilhar no balanço divulgado pela empresa em 2023 (3º trimestre) no início

de outubro. Evolução em margem bruta de 18,2%, a maior marca da companhia e a mais alta do ano. "Saímos na frente de todo mundo, inclusive dos que alimentaram comentários negativos sobre nossa performance. E temos a transparência como tarefa por sermos uma empresa listada na Bolsa. O que não ocorre com a esmagadora maioria da concorrência. Foi uma conquista relevante até porque os terceiros trimestres costumam ser os de menor margem, pelo mix importante de fertilizantes", comemorou Welles Pascoal. "Os produtores seguiram confiando no AgroGalaxy, chegamos a 31 mil clientes ativos, evolução de 31% sobre o período de 2022, e ainda chegamos a setembro recebendo 45% mais grãos", reforçou.

E houve mais dados financeiros positivos. "A Distribuidora voltou a um



Gosto de dirigir e o agro é como entrar numa estrada de terra que você não conhece. Cada trecho é uma novidade. E o nosso papel de gestor de empresa é lidar assim. Nada é automático. Precisa do controle na mão, ver o painel a todo instante, saber o que está ocorrendo”.

Welles Pascoal,
CEO da AgroGalaxy

dígito de inadimplência e reduziu em 28 dias o capital de giro. A receita de grãos cresceu 26,1%, para pouco mais de R\$ 1 bilhão. Por outro lado, a receita líquida total atingiu R\$2,4 bilhões, uma queda de 23% e a receita de insumos retraiu 42%, totalizando

R\$ 1,3 bilhão, resultado da queda de preços. Mas com aumento de 3% em volume”, acrescentou Eron Martins, CFO do AgroGalaxy. “Um grande destaque nessa frente ocorreu após o fechamento do trimestre. Em novembro, concluímos o alongamento

de parte dos nossos vencimentos de curto prazo, totalizando R\$ 839 milhões, para liquidação em três anos. Foi um passo importante para adequar a nossa estrutura de capital ao desafiador momento para o setor”, reiterou Eron.

Espaço AgroGalaxy nos maiores eventos do Agro Brasil.






O crédito no agro está muito pressionado, assim como no varejo em geral. Vai existir uma flexibilidade no médio e longo prazo, mas hoje em dia está ainda complicado. O AgroGalaxy é uma empresa de mais de duas mil pessoas e precisa ser ágil. Foi o que possibilitou tomar as ações necessárias na transição 2022 – 2023”.

Eron Martins,
Chefe de Operações Financeiras

O último trimestre do ano passado ainda castigou as lavouras, com temperaturas elevadas em várias regiões, o que atrasou de novo o plantio nas em boa parte do país. Isso num período crucial no faturamento da safra de verão, principalmente em sementes e defensivos. "Penso que o pior ficou para trás e o AgroGalaxy está satisfeito em constatar que os esforços de recuperação de margens surtiram efeito. Trabalhamos para superar os momentos desafiado-

res e seguimos consolidando nossa posição de melhor e mais sustentável varejista de insumos agrícolas e serviços voltados para o agricultor brasileiro", arremata Welles Pascoal.

Nas próximas páginas, você vai acompanhar em detalhes como foi esse ano complexo para todas as áreas sensíveis do AgroGalaxy. A visão de profissionais que ajudaram na tarefa de dar a virada alcançada

com as mudanças estratégicas realizadas e o olhar ainda cuidadoso da distribuidora para 2024, mas profundamente otimista com os anos seguintes a 2025. É uma aula substancial de gestão, engajamento, posicionamento e aposta total na indústria e no agricultor do Brasil, com a energia de equipes de colaboradores antenados com produtividade e resultados para as lavouras do Agro Brasil. Saboreie! 



Sócios-gestores da AgroGalaxy: Axel Jorge Labourt, VP de Operações; Welles Pascoal, CEO; e Eron Martins, VP de Operações Financeiras.

MUDANÇA ESPERADA

Welles Pascoal, CEO do AgroGalaxy, passará a ocupar em março uma cadeira no Conselho de Administração do AgroGalaxy. Com isso, Axel Labourt, então VP de Operações, assume a presidência da empresa.



- # Nasceu em Senador José Bento (MG) | 68 anos
- # Graduado Engenheiro Agrônomo | Escola Superior de Agricultura e Ciências de Machado (ESACMA), atual Centro Superior de Ensino e Pesquisa de Machado (CESEP)
- # MBA na Universidad de La Sabana e Amana Key
- # Quase cinco anos de AgroGalaxy
- # Passagem pela Rohm and Haas e Dow AgroSciences Brasil
- # "Trabalhar no Agro é aprender sempre e ter habilidade para adaptar-se ao mercado"

Welles Pascoal, CEO da AgroGalaxy



Há gente que desconhece o que fizemos. Agimos duro, independentemente dos comentários. E o que mostramos é prova de que visualizamos primeiro, tomamos as medidas cabíveis e chegamos a uma posição muito melhor do que outros atores da cadeia. Identificamos problemas no momento oportuno. E somos uma empresa listada na bolsa, seguimos normas. A maioria das outras companhias não estão nessa esfera, não precisam mostrar números”.

Basta falar de roça que os olhos do mineiro de Senador José Bento brilham atrás dos óculos e o sorriso vem fácil ao rosto. Lavoura na veia, cultivada pela família de pecuaristas e agricultores. E os 42 anos de experiência no setor falam alto. O executivo arregala os olhos quando fala dos próprios parreirais no Sul de Minas Gerais. Também é puro entusiasmo quando pensa nos anos AgroGalaxy, nos resultados obtidos na reestruturação profunda realizada em 2023 e na chegada de mais um ano. “Estou muito otimista. O Brasil vai continuar crescendo no setor. E cada ano é diferente do outro. Por causa do clima, economia, política etc. Mas a gestão está em nossas mãos, pode e deve ser executada”, ensina. Além de recitar na ponta da língua a força motriz da empresa nos próximos anos: “Queremos estar mais próximo do agricultor”. Confira como.

AgroRevenda - 2023 foi um ano atípico no Agro Brasil?

Welles Pascoal - É Já vivemos inúmeras crises. E 2023 foi um ano diferente, de ajustes no mercado como um todo. Toda a cadeia foi impactada de alguma maneira. O agricultor viveu um baque no preço dos insumos, falando de 2022 a 2023, que foi para as nuvens e depois desceu, assim como as commodities desabaram, depois de um período altamente positivo. Caiu preço de soja e milho, o agricultor demorou para travar os preços e tudo

isso gerou uma grande inadimplência no setor. Já a cadeia de insumos foi afetada pela dúvida no abastecimento de fertilizantes em 2022, os químicos faltaram, os preços foram para as nuvens e só em 2023 começaram a cair. O estoque do segmento foi o maior no Brasil, por volta de 30% de inventário no fim da safra, o que é alto demais. Por último, o clima atrapalhou, com

vários momentos de intenso calor, o que atrasou o plantio. Os fornecedores de insumos foram afetados pela dificuldade de vender tanto estoque, os preços da indústria caíram, o que forçou a negociação ou devolução de produtos. Até os bancos foram afetados, pois a crise do varejo respingou no Agro e as instituições restringiram bastante o dinheiro para todos.



AgroRevenda - E o AgroGalaxy nessa história?

Welles Pascoal - Nós fomos impactados como toda a cadeia, mas fomos uma das primeiras empresas a visualizar que o problema era maior do que se falava. Isto em fevereiro de 2023, quando começamos a tomar as decisões. Tínhamos comprado oito empresas, passávamos por um período fenomenal de crescimento e aí resolvemos parar e avaliar que sinergias precisávamos para melhorar a eficiência da estrutura que havíamos erguido. Fizemos a reestruturação, fomos muito criticados ao longo do processo e depois viramos exemplo por enxergar com antecedência uma necessidade premente. Limpamos nosso inventário, renegociamos com os fornecedores, ajustamos as operações, fomos rígidos em crédito, principalmente com clientes que não apresentaram propostas minimamente plausíveis. Hoje, estamos alinhados e preparados, dentro das oportunidades do mercado, para um ótimo 2024 e 2025.

AgroRevenda - E a visão é positiva?

Welles Pascoal - O Brasil vai continuar crescendo no setor, assim como a área de soja. O milho safrinha pode sofrer em 2024 por causa da janela de plantio, mas temos que pensar que o setor avança, é cíclico, pode viver momentos difíceis, mas não se inviabiliza. A cadeia toda precisa se ajustar para um bom trabalho nos diversos cenários. Positivos e negativos.

AgroRevenda - Mas o clima judiou do produtor no plantio de vários estados, não?

Welles Pascoal - Safra de verão, basicamente, é soja. O milho ficou muito pequeno, com aproximadamente quatro milhões de hectares. No meio do ano, são 17 milhões de hectares na safrinha. Mesmo com os percalços do atraso do

plantio e algumas áreas de replantio, sempre que o regime de chuvas ajuda no desenvolvimento da lavoura o resultado é bom. E pode ser uma boa safra. O que pode ocorrer é uma diminuição de plantio no meio do ano por causa da falta de janela propícia. Pode ficar tarde no Sul, por causa de geadas. Ou para o Cerrado, se não tiver chuvas no fim do período necessário da safrinha. Os riscos existem. Por outro lado, os agricultores podem se beneficiar com preços mais interessantes. Certo que alguns vão partir para outros produtos, como o sorgo. Mas o milho vai imperar de novo até porque a segunda safra tornou-se a segunda fonte de renda para a fazenda. Não é mais uma cultura apenas de rotação. 2024 vai ser interessante. E vamos focar mais em margem do que em volume. Fazer negócios saudáveis.

AgroRevenda - E qual será o foco das vendas da companhia com os produtores neste ano?

Welles Pascoal - Como empresa, queremos estar mais próximos do agricultor. Trabalhamos na organização para termos maior poder de decisão na ponta. Seremos rápidos e, ao mesmo tempo, uma organização mais leve. Para uma venda isso é importantíssimo. Não podemos ser sobrecarregados em custos. Estamos atuando para levar a organização para esse caminho. Que o nosso profissional saiba exatamente o que fazer ao lado do produtor e agir com responsabilidade. A sede dá suporte à organização para as vendas atenderem melhor nosso cliente na ponta, nossos parceiros e fornecedores de insumos e tecnologias.

AgroRevenda - Qual a força essencial da revenda?

Welles Pascoal - Assim como o produtor busca o que é mais atrativo para ele conduzir as lavouras num custo compatível e com produtividade e tecnologia, nós

temos que trabalhar margem e rentabilidade. O portfólio que oferecemos com os parceiros fornecedores, levar o que o agricultor pede e entregar a margem que o nosso negócio requer. É o segredo da longevidade de um distribuidor, um varejista de insumos agrícolas. Ter a estrutura compatível com as margens do negócio, mas trabalhar um mix de produtos que entregue a melhor margem.

AgroRevenda - A cobertura AgroGalaxy atual é a mais adequada?

Welles Pascoal - Nosso mapa geográfico atual não nos força a abrir novas lojas. Não há necessidade. Estamos alinhados de que é melhor trabalhar a produtividade das lojas atuais do que sair abrindo varejo e mobilizando mais capital.

AgroRevenda - Pensando no futuro. O projeto de lei dos agrotóxicos que está sendo debatido no Congresso Nacional preocupa?

Welles Pascoal - O investimento para desenvolver uma tecnologia nova no agronegócio é altíssimo. E a indústria precisa ter segurança de que vai ter retorno ofertando novas soluções. Num cenário legal que permita ao produtor também se beneficiar do uso de soluções inéditas, num período de tempo mais curto. Sempre cumprindo a legislação brasileira, que é bem rigorosa. O novo projeto pode ajudar bastante na competitividade do agro brasileiro.

AgroRevenda - E a reforma Tributária, que também está sendo discutida no Congresso Nacional? Vai ajudar o Agro?

Welles Pascoal - É indiscutível a relevância do agro, o setor é a 'galinha dos ovos de ouro' da economia brasileira. O ideal é que os legisladores ao debaterem entendam que é primordial analisar bem os impactos e, principalmente, mirar na necessária competitividade brasileira nacional do Agro no mercado mundial. **AR**



AgroGalaxy em São Gabriel do Oeste (MS).



AgroGalaxy em Garça (SP).



AgroGalaxy em Uruçui (PI).



AgroGalaxy em Patrocínio (MG).



- # Nasceu em Barra Mansa (RJ)
- # Graduado em Administração de empresas | Universidade Barra Mansa
- # Graduado em Matemática | Universidade Barra Mansa
- # Especialização em Sistemas de Informação | Universidade Estácio de Sá (SP)
- # MBA em Tributação e Assessoria Fiscal | Centro de Estudos Financeiros de Madrid
- # Mestrado Profissional em Gestão de Pessoas | FGV (SP)
- # Passagens pelo Grupo Saint Goban, Nadir Figueiredo, Lavoro, Agrex (Mitsubishi) e ADAMA
- # Seis meses de companhia
- # "Gosto de simplicidade e franqueza"

Eron Martins, CFO da AgroGalaxy

O Fluminense de voz calma e olhos penetrantes tem um pé no campo e outro na metrópole. Os avós foram produtores de carne, leite e café, mas Eron Martins mergulhou em matemática e administração de empresas, e foi ganhar o mundo. Morou seis anos na França e Espanha, além de ter passado por Inglaterra, Itália, Alemanha e Portugal. 28 anos de experiência que levou ao AgroGalaxy há pouco mais de meio ano. Ajudando a corporação com conceitos e frases milimétricas certeiras. "Eficiência é chave, a estrutura deve ser exata, agilidade é fundamental e a economia do centavo é chave", crava. Assim foi que ajudou a corporação a vencer uma tempestade chamada 2023. Veja como.

AgroRevenda - Que grande lição 2023 trouxe para a Distribuição?

Eron Martins - Que no Agro cada ano é diferente do outro. O normal no segmento é ser diferente. E, para você enfrentar um contexto assim, a revenda precisa ser instantânea e interpretar o que está ocorrendo com as commodities, os produtos que você compra, a performance do time, a posição do cliente produtor. E tomar decisões rápidas. O AgroGalaxy é uma empresa de mais de duas mil pessoas e precisa ser rápida. Foi o que possibilitou tomar as ações necessárias na transição 2022 - 2023 - 2024.

“
O SuperAgro deste ano foi um marco. Propusemos mais ferramentas financeiras, por meio de *fintechs*, para ajudar no financiamento do produtor rural”.

AgroRevenda - E o que foi feito de primordial?

Eron Martins - Pusemos em prática o que chamamos de cartilha básica de uma boa revenda. Primeiro, uma boa gestão. Controlar margem, monitorar desconto, preço de ponta, comprar melhor, negociar com o fornecedor e deixar claro a ele que o ponto de venda precisa ter condições de trabalhar para participar do mercado. O segundo pilar é a despesa, um item onde muito está sendo feito. O AgroGalaxy está presente em mais de quatorze estados, com 169 filiais. Temos que ser eficientes, reduzir a estrutura para ganhar agilidade, mas a economia do centavo, do grão,

também é importante. E trabalhamos bem nesse ponto. Monitorando tudo, até a luz apagada no fechamento do escritório. Quando você vai somando, faz muita diferença. Permitted que economizássemos R\$ 53 milhões no terceiro trimestre de 2023 sobre o mesmo período do ano anterior. É muita economia, sendo que, no mesmo período, abrimos mais de vinte filiais. A despesa era para ter crescido. Em terceiro lugar, vem o capital de giro. Controlar o estoque, aceitando o mínimo para realizar negócios, não passar dos famosos 10, 15%. Obter um patamar saudável. Conhecer o cliente e trabalhar ferramentas para poder cobrar. Seja valorização

de grãos por um lado, ou até mesmo negativar em alguns momentos. E usar os parceiros e fornecedores para fazer financiamento, alongar prazos, etc. Fórmula básica, três pilares e assim estamos entregando um AgroGalaxy melhor a cada trimestre.

AgroRevenda - A fórmula deu certo?

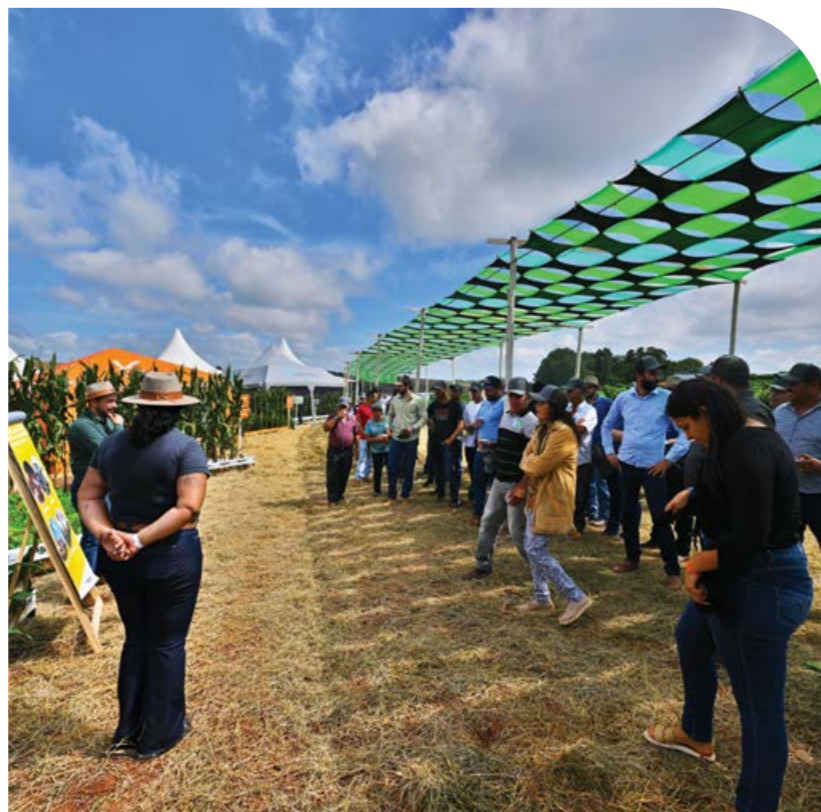
Eron Martins - Sim. Tanto que obtivemos a maior margem histórica de terceiro trimestre, num ano de ajustes. R\$ 53 milhões a menos de despesa e redução de 30 dias de capital de giro de um trimestre para outro.

AgroRevenda - Como vai ser o Agro daqui para frente?

Eron Martins - Cada vez mais os biodefensivos ganham protagonismo. Por uma questão de sustentabilidade. E a gente salta na frente, nosso CTA é oportunidade de demonstrar eficácia ao produtor. Somos de longe a revenda com maior participação na venda de defensivos biológicos no Brasil. O que traz margem e rentabilidade para a gente e leva sustentabilidade e produtividade com custo relativamente baixo ao produtor rural. Uma dinâmica que está mudando bastante nos últimos anos.

AgroRevenda - O barter, modalidade histórica na relação produtor-revenda, está dentro dessa dinâmica?

Eron Martins - A gente quer fomentar muito a participação do barter na ponta. É segurança para nós e o produtor. Se boa parte dos agricultores tivesse travado o custo de produção na virada 2022 – 2023, independentemente de qualquer especulação, teria pago as contas e ainda sobraria. É normal que o barter tenha caído de moda por causa de três anos muito bons de preços, mas agora ele volta forte e temos metas bem ousadas para a negociação na nossa composição de venda. E é im-



SuperAgro: um dos maiores eventos do Agronegócio do Brasil.

portante que o produtor olhe as safras com intenso profissionalismo. O custo e a complexidade aumentaram muito e exige gestão. Não há mais espaço para erros.

AgroRevenda - Falando de produtos químicos, está sendo finalizado no Congresso Nacional o processo de votação do projeto que envolve os pesticidas, depois de vinte anos. Vocês têm acompanhado? Acham que o caminho percorrido é satisfatório?

Eron Martins - Esse é um tema sempre polêmico. Mas penso que tudo o que for possível para facilitar, novas moléculas e até proteção às próprias culturas, é satisfatório. O Brasil aumenta a produtividade ano após ano e tem compromissos com a segurança alimentar mundial. Trazer essas moléculas e garantir essas entregas é bom. É a minha visão.

AgroRevenda - E o que vem sendo de-

batido na Reforma Tributária, ajuda ou não o Agro Brasil?

Eron Martins - Precisamos estudar mais para entender o impacto que haverá ao segmento na prática. Mas é bom saber que todos os poderes envolvidos no debate reconhecem a relevância do setor para a economia brasileira. E sabem das consequências das mudanças quando falamos de tributos pagos pelo Agro. E da importância da balança comercial brasileira, que tem o agronegócio como pilar fundamental.

AgroRevenda - 2024 também pode ser ano de comprar mais lojas?

Eron Martins - Nesse momento, acho que é hora de 'cinto apertado'. Não vejo abertura de pontos como uma boa opção. Abrimos mais de 24 lojas nos últimos doze meses, mais de 60 unidades desde 2019. Agora, vamos sustentar o crescimento dessas lojas e, depois, retornar ao ritmo de crescimento mais acelerado.



A MISTURA CONSAGRADA NO CONTROLE DO PERCEVEJO, COM A QUALIDADE ALBAUGH

Afiado

Corta fora as pragas e revela o melhor da soja.

MAIS PRÁTICO E CONVENIENTE



FORMULAÇÃO LÍQUIDA



TAMBÉM REGISTRADO PARA APLICAÇÃO AÉREA



ALTO PODER DE CHOQUE E RESIDUAL



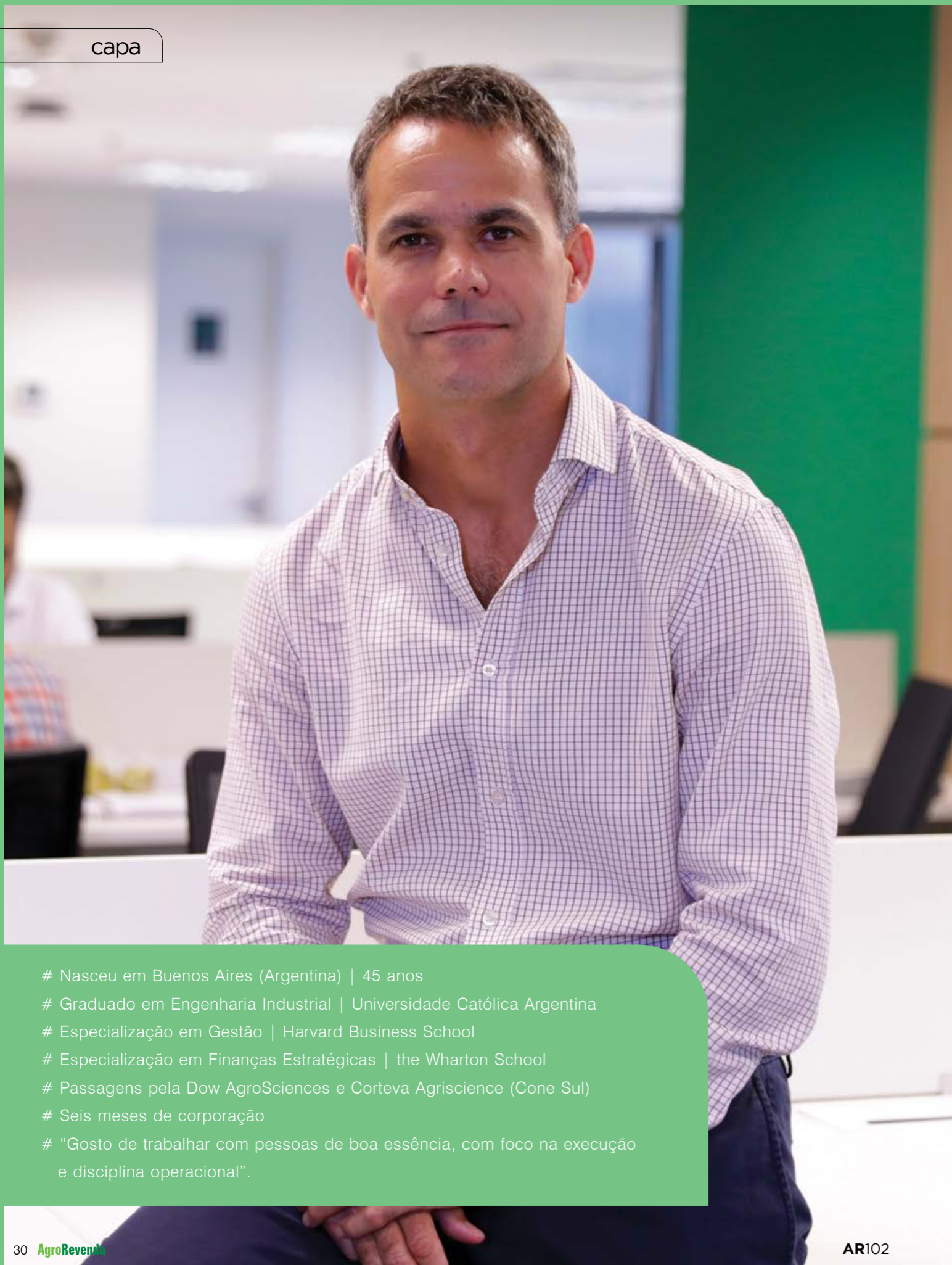
AGE POR CONTATO, INGESTÃO E CONTAMINAÇÃO TARSAL



NÃO DESEQUILIBRA A POPULAÇÃO DE ÁCAROS

ATENÇÃO PRODUTO PERIGOSO, DE USO AGRÍCOLA; CONSULTE SEMPRE UM AGRÔNOMO; VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO; E LEIA O RÓTULO E A BULA.

ALBAUGH
sua alternativa



- # Nasceu em Buenos Aires (Argentina) | 45 anos
- # Graduado em Engenharia Industrial | Universidade Católica Argentina
- # Especialização em Gestão | Harvard Business School
- # Especialização em Finanças Estratégicas | the Wharton School
- # Passagens pela Dow AgroSciences e Corteva Agriscience (Cone Sul)
- # Seis meses de corporação
- # "Gosto de trabalhar com pessoas de boa essência, com foco na execução e disciplina operacional".

Axel Jorge Labourt, COO do AgroGalaxy

Todo argentino é apaixonado, arrebatado, intempestivo e introspectivo. Pode até ser, mas o neto de produtores rurais especializados em citros Axel Labourt desmente e confirma todos esses mitos ao mesmo tempo. Traz o semblante compenetrado de todo engenheiro e especialista em finanças estratégicas e gestão. Porém, também esbanja simpatia e um largo sorriso quando vai conversar com alguém. Tudo fruto de várias passagens em corporações globais no Brasil, na Argentina e no Chile. Foi a bagagem que inspirou a empresa a integrar Axel ao time. Um profissional que sabe dos detalhes exigidos por uma plataforma de distribuição de insumos e que é apaixonado em desvendar as necessidades dos agricultores clientes. "O produtor quer conveniência". Veja por quê.

AgroRevenda - Quais fatores interferiram fortemente no Agro em 2020 – 2023?

Axel Jorge Labourt - Os três anos antes de 2023 foram de crescimento extraordinário, muito rendimento, preços das commodities em alta, dinheiro para todo mundo. Crescimento com custo de capital baixo. Porém, veio a Covid 19, os gastos públicos no mundo inteiro explodiram, as nações agiram para controlar a inflação, subiram as taxas de juros. Neste contexto, é importante lembrar que o Agro tem um ciclo alongado de capital de giro, custo alto, e

“
Precisamos ajudar o produtor na busca do novo equilíbrio, ajustar o pacote de tecnologias que oferecemos para maximizar a relação de trocas e ter a maior rentabilidade possível dentro dos diversos cenários”.

isso trouxe desafios a mais para produtores e revendas. E ao financiamento do trabalho cotidiano de atendimento aos fornecedores. Em 2023, foi ainda mais contundente. E, no contexto de que somos gestores de risco no agro, fazemos esse trabalho para nossos fornecedores, temos que antecipar os problemas para a cadeia, bem próximos dos produtores na comparação com outros atores. Somos uma empresa listada em bolsa, com alta exposição. Precisamos ajudar o produtor na busca do novo equilíbrio, ajustar o pacote de tecnologias que oferecemos para maximizar a relação de trocas e

ter a maior rentabilidade possível dentro do novo cenário.

AgroRevenda - Isso é uma assistência técnica permanente?

Axel Jorge Labourt - Sim. E muito mais. Acompanhamento da lavoura, nível de investimento que o cliente vai adotar, como agir em culturas mais enxutas de margem, como o milho. É oferecer recomendações para a equação ser mais positiva e saudável.

AgroRevenda - O que o produtor brasileiro deseja da oferta AgroGalaxy?

Axel Jorge Labourt - Ele procura con-

veniência. Que se traduz em alguns pontos importantes. A agilidade é essencial porque a janela operacional fica cada vez mais curta. E, quando ele está pronto para tomar a decisão, procura quem está próximo e o ajuda a decidir pelo certo. Logo, temos que ser ligeiros. Nas épocas boas e, principalmente, quando o agro está muito desafiador, como em 2023. Outra coisa é economia de escala. O que um produtor procura quando faz negócio com o AgroGalaxy? Ele entende que, pelo tamanho da nossa empresa e a presença em quatorze estados, temos condições como poucos de ofertar aumento da competitividade. De novo, um panorama que foi preponderante em 2023, quando houve margens mais enxutas. E o terceiro ponto de conveniência é alguém que entenda a complexidade do que o produtor gerencia. Estamos olhando permanentemente, com nossos Centros Tecnológicos AgroGalaxy e protocolos técnicos, qual é o melhor conjunto de soluções agrônomicas, seja fertilizantes, sementes, agroquímicos e especialidades, que, em combinação, garantem maior produtividade ao produtor específico naquela região. Hoje, temos mais de duzentos Protocolos Técnicos AgroGalaxy, que representam as regiões onde estamos fisicamente. E, para cada uma dessas regiões, conseguimos garantir que o agricultor vai ter uma produtividade maior. Garantido pelos investimentos que ele realiza.

AgroRevenda - A comercialização dos grãos não foi feita de forma adequada pelo produtor brasileiro em 2023. Como a empresa pode ajudá-lo nesta área?

Axel Jorge Labourt - Ainda falando em conveniência, em 2023, chegamos a receber um volume de grãos 25% maior do que no ano anterior. Tudo pelas nossas fortalezas. A capacidade estática que temos, a infraestrutura, mas

sobretudo o know how. Levamos ao produtor momentos em que conseguimos maximizar o grão entregue. Não só pela gestão das lavouras, mas pelas soluções do que ele faz com a colheita e quando. O volume que recebemos é a prova da confiança depositada em nosso trabalho.

AgroRevenda - Falando da votação do projeto de lei sobre venenos agrícolas, é bom atualizarmos as normas?

Axel Jorge Labourt - O Brasil produz para si e para o mundo todo. O que pressupõe estar conectado globalmente. E temos mercados e clientes com diferentes níveis de exigência. É prudente aprimorarmos as regulamentações internas para estar a par das exigências internacionais.

AgroRevenda - Existem investimentos internacionais no horizonte AgroGalaxy? Como na Argentina, seu país de origem, que é um grande player do agro mundial?

Axel Jorge Labourt - A situação da Argentina está difícil, em termos agrônômicos e políticos. Bem diferente do Brasil. Aqui, temos uma situação macro com um pano de fundo muito positivo. Entretanto, nosso trabalho como plataforma de distribuição está nos detalhes. Temos que estar em locais onde vai ter erosão, seca, pragas, etc. Loja a loja, cliente a cliente. É assim que transitamos. E imagino um 2024 também desafiador. Depois, em 2025, vamos estar mais voltados a um crescimento maior. Agora, é hora de focar nos inúmeros investimentos que fizemos nos últimos anos. Temos produtores rurais de alto nível, que são referência mundial em como fazer as coisas bem feitas. Mas gestão para o agricultor é um tema intenso. Tem clima, céu aberto, oferta absurda de tecnologias, muitas opções, a parte financeira. Gerenciar é complexo e nosso trabalho é ajudar a decodificar essas coisas e resolver bem as questões determinantes. **AR**

“

O SuperAgro é uma marca registrada do AgroGalaxy. Um momento importante para atrair os clientes e fornecedores de tecnologias em um balcão de negócios. Grande parte dos negócios fechados no ano surge ali. Um momento crítico para mostrar nossas tecnologias”.

AR102

BOMBARDEIRO

A arma do bom combate.

MIRE NO CONTROLE DE DOENÇAS FOLIARES E ACERTE NO FUTURO DOS NEGÓCIOS.

Potencializa o efeito dos fungicidas específicos nas principais DFCs.

Sem fitotoxicidade, com mais produtividade.

Seguro para o aplicador e o ambiente.

Ideal para o manejo da resistência.

Biofungicida Multissítio

ASSISTA AQUI O VÍDEO DO PRODUTO



ATENÇÃO! ESTE PRODUTO É POUCO PERIGOSO À SAÚDE HUMANA, ANIMAL E AO MEIO AMBIENTE. LEIA ATENTAMENTE E SIGA AS INSTRUÇÕES CONTIDAS NO RÓTULO, NA BULA E NO RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO DO PRODUTO. UTILIZE SEMPRE OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL - EPI. NUNCA PERMITA A UTILIZAÇÃO DO PRODUTO POR MENORES DE IDADE. CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO. APLIQUE SOMENTE AS DOSES RECOMENDADAS. DESCARTE CORRETAMENTE AS EMBALAGENS E RESTOS DE PRODUTOS. INCLUIR OUTROS MÉTODOS DE CONTROLE DENTRO DO PROGRAMA DO MANEJO INTEGRADO DE PRAGAS (MIP) QUANDO DISPONÍVEIS E APROPRIADOS. USO EXCLUSIVAMENTE AGRÍCOLA. REGISTRO MAPA: BOMBARDEIRO Nº 27321.



BIOTROP

Soluções em Tecnologia Biológica

biotrop.com.br

biotropbr

Evoluir é natural para o produtor brasileiro.

Seja parceiro da BIOTROP em biológicos!





- ✓ Portfólio atrativo para o produtor e rentável para a cadeia de distribuição
- ✓ Grande número de profissionais especializados a campo
- ✓ Massivos investimentos em inovação, formulação e registro de produtos



BIOTROP. A escolha NATURAL



biotrop.com.br

©     biotropbr

Marcelo Zanchi, Diretor de Marketing, P&D e Soluções Agronômicas



Fazemos planejamento de olho em duas ou três safras adiante. São 285 protocolos técnicos por meio de mais de sete mil parcelas técnicas de estudos de novos produtos, testes de mais de quatrocentas soluções de empresas multinacionais, com 92 novas tecnologias”.

Marcelo dorme e acorda pensando em desvendar soluções agronômicas para o agricultor aumentar a produtividade. Dentro dos conceitos da agricultura regenerativa. Em dois anos de AgroGalaxy, trabalhou junto aos centros tecnológicos e os técnicos de campo para levar à terra manejos integrados, otimização do material genético vendido, com recomendações de fertilizantes, inseticidas, herbicidas, fungicidas e todos os Biorracionais. Desde o fim do ano passado, a ‘mochila nas costas ficou um pouco mais pesada’. O agrônomo gaúcho, sem sotaque característico pela influência italiana da região onde nasceu, abraçou o Marketing para acelerar as entregas de opções biológicas. E erguer uma nova arquitetura para os três grandes Centros Tecnológicos AgroGalaxy e as oito áreas polos de produção e produtividade da empresa. A julgar pelo sorriso permanente e cativante deste ‘Agrônomo dos Pampas’, o Agro Brasil está ‘condenado ao sucesso’. Veja só.

AgroRevenda - Como está a estrutura de soluções hoje?

Marcelo Zanchi - Temos onze locais de profunda pesquisa e desenvolvimento. Em Londrina e Alfenas, são espaços homologados pelo Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), para tecnologias inovadoras de startups e empresas nacionais e internacionais que queiram entrar no agro brasileiro de forma acelerada. Deixando claro que não fazemos apenas o desenvolvimento de produtos nas áreas. Nosso foco maior é estudar como podemos otimizar as soluções das indústrias com a realidade do produtor, para solo

e índice tecnológico, nas diversas áreas do Brasil. Estudando a melhor combinação possível aos produtores, de forma comercial e aplicada, atendendo as demandas dos nossos agricultores.

AgroRevenda - E como funciona a entrega?

Marcelo Zanchi - Planejamos e trabalhamos de olho em duas ou três safras adiante. São 285 protocolos técnicos por meio de mais de sete mil parcelas técnicas de estudos de novos produtos, testes de mais de quatrocentas soluções de empresas nacionais e multinacionais, com 92 novas tecnologias. Isso ao lado de novas sementes, que somam quarenta e duas novas variedades, estudando o comportamento de todas elas no país, com foco no manejo combinado de insumos e tecnologias, na realidade do produtor. É antecipar as dificuldades, os desafios

do mercado e antever as melhores combinações. Pragas, doenças, controles, genética expressada diante de desafios. Em culturas de verão e inverno, o ano todo. Soja, milho, algodão, gergelim, sorgo. Testando sempre, de olho nos momentos mais propícios financeiramente para os clientes. Manuseando os mais de 280 Protocolos Técnicos AgroGalaxy (PTA) estudados.

AgroRevenda - E o dia a dia, como é?

Marcelo Zanchi - Testar incessantemente o uso de produtos biológicos e químicos, entender as respostas mais rápidas para vencer o estresse das plantas, que possuem um ciclo de vida curto e exigem intervenções urgentes. E repassar o aprendizado dos centros tecnológicos ao time de setenta especialistas do Tech A, que irão repassar tudo às 180 áreas polo no Brasil, que têm contato direto com

Nasceu em Ibirubá (RS) | 55 anos

Graduado em Agronomia | Universidade Federal de Santa Maria (RS)

Passou por empresas como Agrofel, Adubos Trevo, DuPont, Stryker, Timac Agro, Arysta e UPL

Dois anos de AgroGalaxy | Especialista em soluções agronômicas

“Gosto dos momentos de trabalhar solidamente com o agricultor. Para ele ter uma safra mais produtiva, vantajosa”

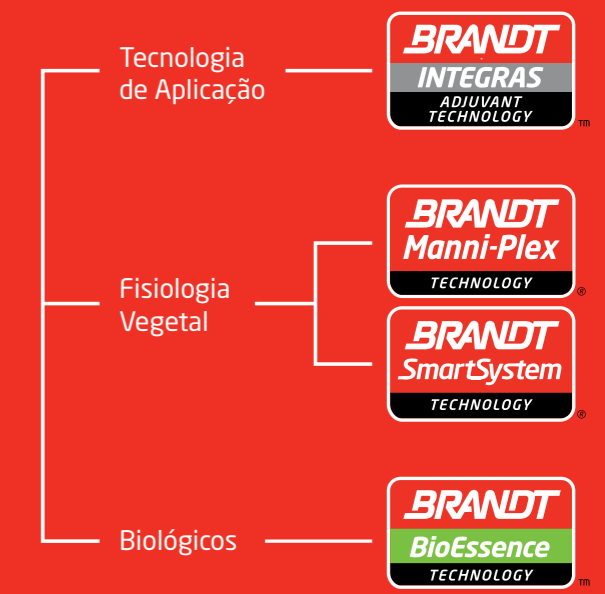


Complexo Industrial Glen Brandt
Cambé / PR - Brasil



Sede BRANDT
Springfield / Illinois - EUA

Tecnologias BRANDT



Assuma o Controle

1953 foi o ano em que Glen Brandt, aos 27 anos de idade, inovou ao aplicar fertilizantes nitrogenados líquidos no solo da sua lavoura. Vendo o resultado do novo manejo, os produtores vizinhos se interessaram pelo método, e assim, Glen e sua irmã, Evelyn, deram início à uma das empresas familiares que mais cresce nos EUA: a BRANDT.

Hoje, a BRANDT é sediada em Springfield e, desde 1995, é liderada pelo filho de Glen, Rick Brandt, que segue uma busca constante por inovações e comprovações a campo, as quais nos permitiram ultrapassar as principais fronteiras agrícolas do mundo.

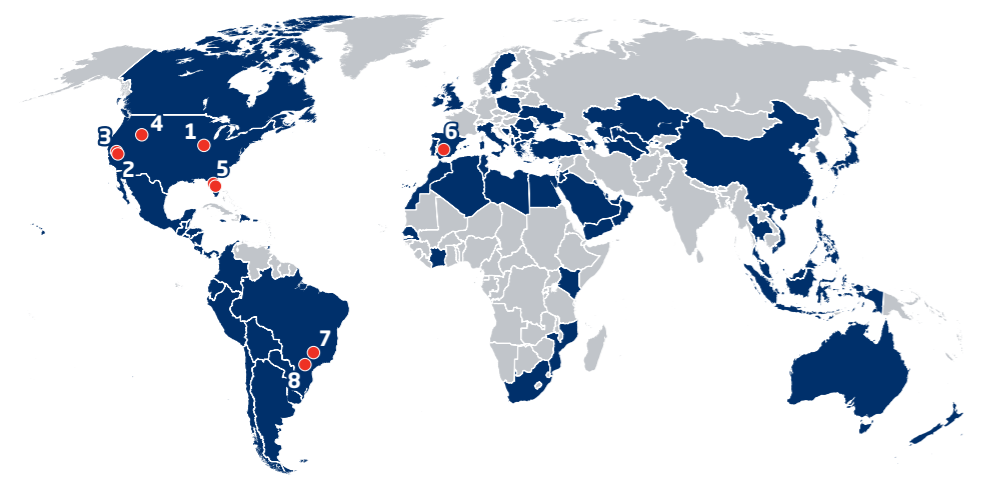
Comprovamos a eficácia de nossas tecnologias com recordes mundiais de produtividade em soja e milho.

No Brasil, atuamos desde 2015 com nossas tecnologias recordistas e somos uma das líderes do setor de fisiologia vegetal e tecnologia de aplicação.

Diante do crescimento exponencial, no ano de 2022 expandimos nossas operações com a inauguração da segunda fábrica em solo brasileiro no maior complexo industrial da BRANDT a nível global, com 70.000 m².

Em 2023 anunciamos o investimento de mais de R\$ 100 milhões em Biológicos, adentrando o mercado de biosoluções.

Presença em + de 80 países



Fábricas

- 1 Pleasant Plains, IL (EUA)
- 2 Visalia, CA (EUA)
- 3 Fresno, CA (EUA)
- 4 Logan, UT (EUA)
- 5 Avon Park, FL (EUA)
- 6 Carmona, Sevilha (ES)
- 7 Olímpia, SP (BR)
- 8 Cambé, PR (BR)

● Presença e distribuição

Quebrando recordes nos campos e nas pistas

A BRANDT é uma das patrocinadoras oficiais da Porsche Carrera Cup Brasil e NASCAR Xfinity Series.

Acreditamos na sinergia do automobilismo e agronegócio, quando falamos da pesquisa por inovação e uso do que há de mais avançado em tecnologia, realizando ajustes finos e trabalhando em equipe para alcançar os melhores resultados!

A atenção aos detalhes e a capacidade de se adaptar às adversidades são pontos-chave para uma safra (ou corrida) de sucesso.



Porsche Carrera Cup Brasil



NASCAR Xfinity Series EUA



produtores de bom nível tecnológico, de alta produtividade. A ideia é expor ao máximo as soluções nas diferentes regiões e entender como elas se comportam em áreas semi comerciais nas diferentes situações de clima e região. Muitos dos produtos são comerciais e outros são novos, ainda serão lançados. O importante é ofertar o que efetivamente vai funcionar para o agricultor independente de qual região do Brasil este produtor esteja.

AgroRevenda - E funciona?

Marcelo Zanchi - Sim. Em 2022 e 2023, realizamos 180 trabalhos nos centros tecnológicos, que originaram 18 protocolos técnicos efetivos como recomendação agrônômica. Levados às diversas regiões agrícolas para uso de nossos profissionais e das equipes das fazendas clientes. Que aceleramos para 5.900 áreas lado a lado, referenciadas geograficamente. É a nossa velocidade.

AgroRevenda - Com que resultado?

Marcelo Zanchi - Em 170 de nossas áreas polo, atingimos média de 6,6 sacas a mais por hectare. Com um custo absolutamente compatível. No inverno, com o milho, alcançamos 16 sacas a mais, em média. É testar e testar nos centros, levar às áreas polo e transferir na sequência para nossos técnicos e clientes.

AgroRevenda - Qual cliente aproveita mais?

Marcelo Zanchi - Logicamente, quem está tecnologicamente mais avançado absorve mais. Entretanto, o importante é todos terem o apoio de nossa força técnica, o Tech A e de nossos times de vendas. Que, ao final do dia, é quem vai levar a adaptação do experimento à realidade de cada um e acompanhá-los tecnicamente na jornada de crescimento em produtividade.

AgroRevenda - A questão central, então, é ajustar o portfólio?

Marcelo Zanchi - Exato. Fazer a melhor equação nesse manejo.

AgroRevenda - E o que vai ter de novidade nesta oferta?

Marcelo Zanchi - Estamos testando 42 materiais genéticos novos em sementes de soja e milho. E 92 produtos para o mercado, químicos, fungicidas, inseticidas, herbicidas, moléculas diferentes. Além de biofungicidas, bioinseticidas, bioestimulantes, um dos primeiros Bioherbicidas, realmente funcional, ainda em testes junto com uma startup. Somos procurados por muitas empresas do Brasil e do exterior. E outras do exterior, que estão chegando aqui e querem saber do andamento de nossos experimentos e como as suas tecnologias podem se encaixar em nossos protocolos de produtividade. Para anteciparem as adaptações e melhores manejos considerando as diferentes condições e níveis tecnológicos das lavouras brasileiras. Somos um ótimo ambiente para que vários atores tragam boas soluções ao nosso segmento.

AgroRevenda - Como isso funciona?

Marcelo Zanchi - Testamos os produtos de maneira isolada, sua eficácia, e como se comportam dentro de um manejo, em soluções combinadas. Não podemos adiantar por questões contratuais, mas são moléculas novas, tecnológicas, inteligentes, fertilizantes especiais, organominerais, Bioherbicidas, etc. Com bons resultados em ambiente controlado, mas que temos de testar mais na realidade do campo.

AgroRevenda - O que o AgroGalaxy ganha com isso?


Marcelo Zanchi - São várias vantagens. Melhorar o mix de produtos, principalmente em anos difíceis. Em relação a preços de commodities, clima, etc. É chave para o P&D e Marketing, levar soluções para produtores e à empresa. Balanço entre químicos e biológicos, buscando aumento de rentabilidade para o Agricultor e para o AgroGalaxy. Estamos

hoje em percentual com um mix de 25% de Especialidades (Biorracionais) dentro do total de Defensivos. É algo muito significativo. O mercado atua abaixo de 10%. Fertilizantes especiais chegam a 50%. Com melhor rentabilidade. Esse balanço de qualidade, provavelmente nenhum outro distribuidor deve ter no Brasil. Somos, certamente, a melhor empresa brasileira do varejo em posicionamento de produtos Biorracionais.

AgroRevenda - Como a empresa vai falar direto com os clientes em 2024?

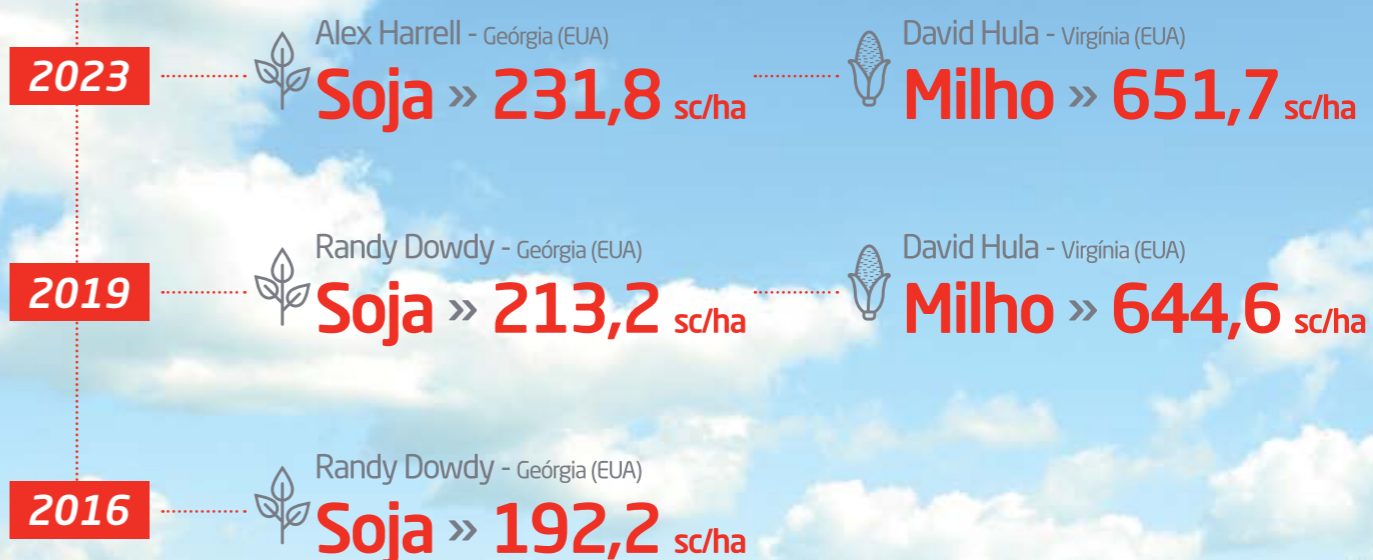
Marcelo Zanchi - Em 2023 foram 35 Encontros Técnicos (CTAs), mais de 100 Palestras Técnicas e inúmeros eventos locais, entre treinamentos e dias de campo lado a lado. Em 2024, repetiremos estas ações e teremos os já consagrados eventos SuperAgro. Em Londrina, Alfenas e Dourados, que são mais estruturados em volume de negócios. E outros em menor escala, os Eventos TechA no Campo, mas com o mesmo conceito, mostrar tecnologias, soluções e pacotes de produtos com ofertas atrativas ao consumidor. Mais de dez encontros técnico-comerciais. Sempre em parceria com os fornecedores. No total, são mais de doze mil produtores atendidos, olhando novas tecnologias, os manejos instalados, as ofertas comerciais, momentos de trabalhar solidamente com o agricultor para ele ter uma safra diferente, mais vantajosa.

AgroRevenda - São encontros bem inusitados dentro do Agro Brasil, não?

Marcelo Zanchi - Na escala que a gente faz, certamente, sim. São mais de dez eventos por ano. Três maiores e outros em menor escala. E, em 2023, foi bom porque enfatizamos o ganho que o produtor pode ter quando utiliza manejos com foco em aumento de produtividades e enxerga a diminuição do custo que ele pode alcançar por saca produzida e não por hectare. É muito mais produtivo e rentável. É o caminho que nós procuramos levar ao produtor todos os dias. 

Recordes de Produtividade

Linha do Tempo





- # Nasceu em Campos dos Goytacazes (RJ) | 45 anos
- # Analista de Sistemas | Universidade Estácio de Sá
- # Especialização em projetos e e-business | Fundação Getúlio Vargas
- # Gestão de Negócios | Fundação Dom Cabral
- # Gestão para competitividade | EAESP/FGV
- # Passagens pelos mercados portuário, comércio eletrônico e serviços financeiros
- # Mais de três anos de AgroGalaxy
- # "Vim preparado para muito trabalho e muita diversão"

Diogo Vasconcellos, Diretor de TI

Como todo rubro-negro nascido no interior do Rio de Janeiro, Diogo se diz 'carioca' da gema. Ele tem o perfil sorridente e animado, rodou em segmentos como portos, finanças e comércio eletrônico. Participou de toda a agenda de transformação da corporação, depois de um 'namoro' de um ano. E mergulhou com tudo em tecnologia para várias revendas que entravam para o coração da empresa. Desdobrando-se em adequação, consolidação e otimização de todo o universo do negócio. "Aqui, não tenho dias monótonos. E o ambiente de trabalho é muito bom", fala com prazer. Sem antes dar a 'receita AgroGalaxy': "Nosso modelo está consolidado, somos eficientes, mas não hesitamos com o cuidado total com a ponta, a produtividade crescente do agricultor". Acompanhe.

AgroRevenda - 2023 foi muito difícil dentro da sua área?

Diogo Vasconcellos - O cenário certamente também bateu na área tecnologia e tivemos que buscar soluções para dar agilidade aos negócios o que, entre outras ações, remonta aos reflexos positivos da consolidação da empresa nos últimos anos.

A minha entrada na empresa, há 3 anos, coincidiu com o cenário de consolidação, então foi feito um diagnóstico para entender o cenário atual (ambientes, marcas, softwares, redes, entre outros) o que desdobrou em um plano estruturado em três pilares: Pessoas, Processos e Tecnologias.

Entre as ações, destaca-se a que resultou em um programa iniciado em

“Fazer uma boa gestão é a atitude correta em qualquer tipo de negócio. Em três anos de agro, vejo uma clara evolução. Ainda não é a maioria das fazendas, mas está caminhando para isso”.

2022 para consolidação e otimização dos processos em cima de uma nova plataforma tecnológica, a qual implantamos na UBS e em parte da operação de varejo, sem ruptura de negócio, foi a grande entrega da área.

AgroRevenda - Quando a tecnologia auxilia a revenda e o produtor em momentos complexos?

Diogo Vasconcellos - Na verdade, em todos os momentos, na cadeia inteira. Apenas como um exemplo, em 2023, desenvolvemos um modelo de previsão de preço de compra de insumos para auxiliar na decisão do nosso momento de compra, é mais um instrumento para tomada de decisão. Focamos em um princípio ativo e agora estamos avaliando expansão para outros. A gente sabe que o varejo é de margem baixa. Se nós reduzirmos 0,1 ou 0,2, isso reflete na cadeia como um todo.

Para trazer mais um exemplo de como integramos a cadeia: o nosso CTA trabalha no melhor mix de oferta. Embarcamos este pacote nos sistemas, que estará disponível para oferta ao cliente/produtor.


Olhando para o futuro, estamos envolvendo parceiros e fornecedores de tecnologia que fazem sentido para as agendas de ampliação, cobrindo os processos de 'A a Z', buscando oti-

mização incessante, principalmente olhando para a jornada do cliente e do CTV. Esperamos focar bastante na evolução desta jornada em 2024, que tem como resultado um melhor atendimento ao cliente e consequente produtividade da lavoura.

AgroRevenda - O produtor rural brasileiro é um bom gestor?

Diogo Vasconcellos - Olhe, fazer uma boa gestão é a atitude correta em qualquer tipo de negócio. Em três anos de agro, vejo uma clara evolução. Ainda não é a maioria das fazendas, mas está caminhando para isso. Os empreendedores rurais têm muita paixão pelo que fazem, é uma vocação, mas compreendem a cada ano que ele comanda um negócio, que tem pressupostos, metas e parâmetros.

AgroRevenda - Como vai ser 2024 para um distribuidor tão grande como o AgroGalaxy?

Diogo Vasconcellos - Um ano ainda com seus desafios, mas que consolide a recuperação do setor que já se mostrou no final de 2023 e, no AgroGalaxy, vamos focar cada vez mais em eficiência, o que pode ser bastante potencializado com o uso de tecnologia, orientados para a jornada do cliente, que é o nosso objetivo central. 



Nasceu em Londrina (PR) | 43 anos

Graduada em Serviço Social | Universidade Estadual de Londrina

Especializações na UNIFIL e Fundação Getúlio Vargas

5 anos de AgroGalaxy

"Estamos preparados para atender o produtor, focado na consolidação desta empresa em que acredito, amo e nasceu junto comigo"

Vanessa Baggio Palma, Gerente de Gente e Gestão



Como área de pessoas, buscamos diariamente nos desafiar na busca das melhores estratégias, ferramentas e ações que contribuam diretamente para o sucesso e sustentabilidade da organização. Isso envolve a integração da gestão de nossos talentos, o desenvolvimento de nossas lideranças e cultura, com foco em nosso propósito e missão”.

Ela tem os 'pés vermelhos' da terra roxa do Norte do Paraná e uma energia contagiante para tratar de desenvolvimento de carreiras, cultura corporativa, treinamento, busca de talentos e seleção de pessoas. Com duas décadas de experiência em recursos humanos, na indústria e prestação de serviços, debutou no setor justamente aqui, ainda Agro 100. E lá se vão cinco anos montando o quebra-cabeças AgroGalaxy. Saúde física, mental e de resultados de mais 2.200 colaboradores. O resultado agrada demais. "Minha carreira é a prova da conexão que alcançamos. Avançamos juntos. E o Agro ainda é diferente. Tem capilaridade, concentração, permite saltos maiores se o colaborador estiver preparado", revela. Porém, a londrinense espera mais. "Passamos a fase difícil, temos as pessoas certas, sabemos das prioridades e vamos encarar 2024 com energia redobrada. E sempre de olho no cliente", afirma convicta. A Vanessa explica.

AgroRevenda - São cinco anos de empresa, com aquisições, formação de marca, entrar na B3, pandemia, guerras, 2023 turbulento e reorganização da corporação. Como ficou a cabeça dos colaboradores?

Vanessa Baggio Palma - Comecei aqui quando ainda era uma empresa individualizada, na cadeira de desenvolvimento organizacional, acompanhando as mudanças da companhia. Nosso grande diferencial foi realizar um processo total de transição, respeitando as culturas e construindo o AgroGalaxy naturalmente. E isso impacta positivamente o colaborador. Erigimos a identidade juntos. As culturas eram similares e isso foi legal. Foi a conexão do que tínhamos em comum das empresas oriundas. Não houve grandes rupturas. Junto, nasceu para nós o sonho, o desejo de construir algo transformador para o agro brasileiro. Isso permitiu a conexão e suportou todas as dificuldades que possam ter ocorrido. De forma colaborativa, conjunta, sem medo de errar, fazendo o melhor modelo. Foi rápido, intenso e reteve as pessoas na organização.

AgroRevenda - Qual é a conexão hoje da equipe AgroGalaxy?

Vanessa Baggio Palma - O crescimento leva em consideração o avanço da empresa e de cada colaborador. É o nosso mote. Minha própria carreira é um bom exemplo. Nós não temos muitas diferenças entre os profissionais. Todos têm ambições de carreira e promoção

bem definidas. Já atuei em outros segmentos e posso garantir que o potencial de crescimento do colaborador dentro do agro é bem mais rápido. Mas exige mais do profissional. Ele precisa estar aberto às mudanças, o protagonismo no agro é mais relevante.

AgroRevenda - Mas existem os esquemas, os planos de carreira?

Vanessa Baggio Palma - Sim, existem porque é uma forma de organização. Mas a capilaridade e o desafio cada vez mais diferente exigem prontidão dos colaboradores. Se ele quiser ir para uma loja que está sendo aberta em outro estado, por exemplo, conseguimos abrir essa possibilidade, sustentando um salto mais veloz na carreira dele. Ao mesmo tempo, temos programas de novos talentos, jovem aprendiz, estagiário, promoções para as equipes internas, revisão e retenção de talentos, discutimos e avaliamos os times, o potencial de sucesso. Como



Time Comercial AgroGalaxy.

área de pessoas, buscamos diariamente nos desafiar na busca das melhores estratégia, ferramentas e ações que contribuam diretamente para o sucesso e sustentabilidade da organização. Isso envolve a integração da gestão de nossos talentos, o desenvolvimento de nossas lideranças e cultura, com foco em nosso propósito e missão.

AgroRevenda - O contato pessoal entre colaborador e cliente é muito forte na Distribuição, seja na loja ou na fazenda, não?

Vanessa Baggio Palma - Esse é o segre-

do do nosso negócio. O que sustenta nossa estratégia. O olhar individualizado ao cliente. O cuidado com o time na ponta. Mas também na loja, o estoquista, o funcionário do depósito, o assistente. Nosso básico é ouvir o produtor e daí termos o resultado, alcançar o sucesso de parceria que estabelecemos.

AgroRevenda - O colaborador

AgroGalaxy venceu em 2023?

Vanessa Baggio Palma - Foi um ano absolutamente desafiador. Interferências externas que mexeram na nossa dinâ-

mica, com nossas expectativas, mas mostrou como somos fortes. Mostramos que o bom marinheiro também navega mares revoltos. E passamos pelas adversidades. Em toda a nossa construção isso estava integrado. Desde as nove empresas aliadas. Passamos a fase difícil, temos as pessoas certas, entendemos as prioridades e vamos encarar 2024 com energia redobrada.


AgroRevenda - E qual é o 'cabra bão', que interessa demais à empresa?

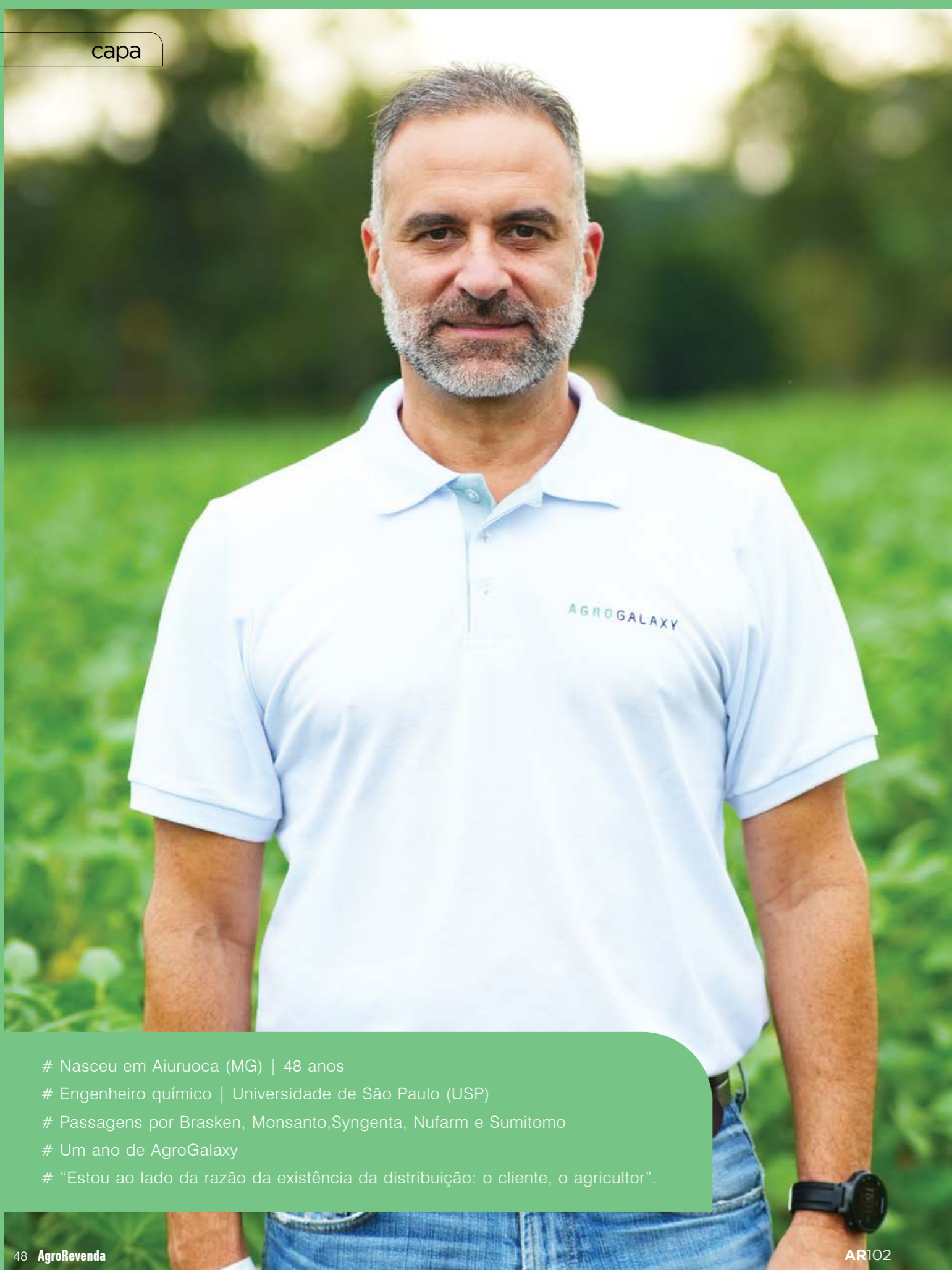
Vanessa Baggio Palma - Uma pessoa

conectada com o cliente, com a nossa cultura organizacional, sintonizada com os colegas, que consiga propor soluções e inovação dentro do contexto de criar, pensar diferente do concorrente na ponta. Esse é o que vai ficar aqui com a gente. Cabeça aberta, que pensa em melhorar para a empresa, para os resultados, para si própria. Apaixonada pelas pessoas, pelos desafios, por fazer a diferença no mercado agro, produzir resultados extraordinários, ser flexível. O AgroGalaxy está no sul do país e também no Pará. Nosso time

precisa gostar de desafios, ter resiliência, superar problemas, pensar em propostas alternativas, usar o nosso centro de tecnologias. O agrônomo que vem integrar o nosso time deve usar o nosso suporte de dados, mas precisa ser protagonista. Falar de talhão, luz, praga, novos microrganismos, etc. Não precisa necessariamente ser pioneiro, mas sim o primeiro a saber e entregar a solução ao produtor.

AgroRevenda - Está animada com o Agro 2024?

Vanessa Baggio Palma - Vai ser um ano de inúmeras oportunidades, grande consolidação da nossa estrutura, período para o Agro Brasil desenvolver o segmento. E estamos preparados, com time motivado, desenvolvido para atender o produtor, focado na consolidação desta empresa em que acredito, amo e nasceu junto comigo. Grandes empresas precisam ter um propósito comum. A essência é ser única. E é nisso que nossa área trabalha para a estratégia AgroGalaxy. 



- # Nasceu em Aiuruoca (MG) | 48 anos
- # Engenheiro químico | Universidade de São Paulo (USP)
- # Passagens por Brasken, Monsanto, Syngenta, Nufarm e Sumitomo
- # Um ano de AgroGalaxy
- # "Estou ao lado da razão da existência da distribuição: o cliente, o agricultor".

Marcelo Ematne Amaral, Diretor de Suprimentos e S&OP



O ano passado foi de ajustes. 2024 ainda será de ajustes e preços de commodities contidos. Já em 2025 enxergo tudo com bastante otimismo”.

“Na Distribuição, o segredo é comprar bem e vender bem. Acertar mais do que errar. Atender clientes, atuar bem com fornecedores, cuidar da gestão”. A receita de sucesso do mineiro nascido em Aiuruoca é objetiva, mas detalhada com a visão ponderada de um engenheiro químico tarimbado em gigantes industriais globais de suprimentos, que morou dois anos nos Estados Unidos. Marcelo Amaral trabalha no insumo de hoje e naquele que o AgroGalaxy vai recomendar no fim desta década. Ele não é de família rural, mas sabe bem do que o setor precisa para atuar certo. Como no difícil 2023. Parceiros bem escolhidos, inventário na mão, alinhamento com as propostas da corporação e sempre ao lado da razão da existência da distribuição: o cliente, o fazendeiro, o agricultor. “O ano passado foi de ajustes. 2024 ainda será de ajustes e preços de commodities contidos. Já em 2025 enxergo tudo com bastante otimismo”, prognostica. É melhor ouvir o Marcelo.

AgroRevenda - Como foi viver e trabalhar em 2023?

Marcelos Ematne Amaral - Um desafio. Começamos o ano com bastante inventário e nossa primeira missão foi diminuir esse volume. Mas obtivemos sucesso, chegando ao fim do período com metade do total inicial. Outro trabalho grande foi enfrentar a questão dos preços. Negociamos fortemente com os fornecedores para deixar o estoque num valor mais atraente ao

mercado. E nossa ação foi rápida. Se tivéssemos demorado, o impacto poderia chegar a R\$ 50 milhões de prejuízo. Comercializamos forte com os clientes, sempre alinhados com nossa equipe comercial porque a tendência era de queda expressiva.

AgroRevenda - O que mais foi realizado?

Marcelos Ematne Amaral - Começamos a monitorar toda a cadeia de suprimentos. Essencialmente, nas moléculas de defensivos e algumas especialidades que comercializamos. Essa cadeia começa na China, na Índia e nos EUA, principalmente. Só depois é que chega a importação do ingrediente ativo e a formulação para venda posterior. Isso leva tempo. Começamos a acompanhar os preços lá na origem e agir em conjunto com a desova de nosso estoque. Em todos os segmentos, com ênfases em fertilizantes e defensivos. Para termos uma posição mais antecipada de formação de valores, com

vistas para as saídas do inventário ou novas compras. Posicionando melhor os produtos para os nossos clientes.

AgroRevenda - E como foi a evolução dessa estratégia ao longo dos meses?

Marcelos Ematne Amaral - Sempre ao lado do Comercial, fizemos campanhas, com uma lista de preços diferenciados e muitos parceiros fornecedores entendendo o problema e equalizando os valores. Também substituímos produtos usando nossos centros tecnológicos para fazer a devida recomendação técnica, de troca, adequando o nosso estoque às vendas efetivadas.

AgroRevenda - E na segunda metade do ano, com a chegada do cultivo de verão?

Marcelos Ematne Amaral - Tivemos chuvas irregulares que atrasaram a tomada de decisão do lavrador, o que acabou em uma grande concentração de pedidos. Porém, ilustramos a ele a importância da rápida tomada de de-



cisão, não deixar para a última hora. Também ocorreu uma queda no preço das sementes de milho e esse insumo é chave. Logo, reforçamos a urgência em agir rápido, travar o preço dos defensivos e aguardar a janela de plantio.

AgroRevenda - Qual sua expectativa para a área de milho na metade de 2024?

Marcelos Ematne Amaral - Fico mais confortável com uma estimativa de redução de área de 3%. É muita área, mas em percentual é pequena. Porém, muita gente vai plantar, precisa fazer a rotação de culturas, o preço da semente já baixou, o ideal é decidir logo.

AgroRevenda - E a safra 2024 -2025?

Marcelos Ematne Amaral - Penso que a área de soja não vai diminuir.

AgroRevenda - E o preço?

Marcelos Ematne Amaral - Penso que também não. O preço de semente já caiu, temos as nossas variedades próprias, houve uma boa migração para elas, nosso produto é de excelente qualidade.

AgroRevenda - Muitas empresas estão fazendo a importação de matéria prima básica e formulando e vendendo dentro do Brasil. O AgroGalaxy pensa em entrar nesse negócio?

Marcelos Ematne Amaral - A nossa visão não é seguir por esse caminho. Existe essa oportunidade, mas o risco atrelado é muito alto. Se houver alguma variação de preços pode resultar em problemas significativos. Logicamente, o contrário é benéfico. Corporações chinesas e indianas fazem essa venda direta aqui. Porém, preferimos nossa ação local, com o produto nacionalizado. Produto acabado e os respectivos protocolos, com dosagem, sequência, etc. O risco é menor com essa estratégia. Podemos mudar no futuro, mas, hoje pensamos ser a postura mais adequada.

“

Na Distribuição, o segredo é comprar bem e vender bem. Acertar mais do que errar. Atender clientes, atuar bem com fornecedores, cuidar da gestão”.

AgroRevenda - O negócio é ser revenda e atender o produtor?

Marcelos Ematne Amaral - Sim, exceto a posição com semente própria de soja, que vamos manter como estratégia fundamental. Afinal, nós temos uma Unidade de Beneficiamento de Sementes (UBS) e precisamos capitalizá-la cada vez mais. Para fertilizantes também temos marca própria, mas em uma operação de tolling com um fornecedor.

AgroRevenda - O que mais a área de Suprimentos consegue fazer para a Distribuição?

Marcelos Ematne Amaral - Na verdade, Suprimentos para a Distribuição é portfólio. Alinhado com a equipe técnica, influenciando, ao lado do Comercial, o cliente a tomar a melhor decisão do protocolo que recomendamos. Nós vamos buscar a solução para melhor produtividade e lucratividade, mesmo que tenhamos que propor ao agricultor a troca do produto de preferência dele. E sempre estando com o 'pé na fazenda'. Estar ao lado do homem do campo, propondo os pacotes para que ele enxergue o resultado.

AgroRevenda - E o produtor brasileiro é bem informado?

Marcelos Ematne Amaral - Bastante. Tem informação e muitas opções tecnológicas. E nós também temos que estar bem capacitados para servi-lo, orientá-lo e criar confiança mútua. Conhecimento para entender a cadeia. Por exemplo, em preços, achamos que não vai cair mais. E recomendamos a ele.


AgroRevenda - E como descobrir o produto que ainda está no futuro?

Marcelos Ematne Amaral - No setor de defensivos temos dois fornecedores. O de genéricos, com produtos excelentes, e os que investem em produto diferenciado, novas moléculas. Falamos com eles continuamente sobre o pipeline para os próximos cinco anos. Aí, já solicitamos amostras para enviar aos CTA's e conhecê-las melhor. E ter um parceiro na distribuição para esse trabalho é importante também para as indústrias.

AgroRevenda - Como será o Agro Brasil 2024?

Marcelos Ematne Amaral - Vejo um período ainda de transição. Sem tanto positivismo, ainda com ajustes, preços de commodities permanecendo em baixa. Já 2025 enxergo com bastante otimismo.

AgroRevenda - E o AgroGalaxy 2024?

Marcelos Ematne Amaral - Na Distribuição, o segredo é comprar bem e vender bem. Acertar mais do que errar. Atender clientes, atuar bem com fornecedores, cuidar da gestão. Foi o que fizemos em 2023. Parceiros bem escolhidos, cuidamos do inventário. E estou confiante que a área de suprimentos do AgroGalaxy está bem alinhada com as propostas da corporação. Sempre ao lado da razão da existência da distribuição: o cliente, o fazendeiro, o agricultor. 

AGROGALAXY E MOSAIC FERTILIZANTES.

PARCERIA QUE FAZ A SUA PRODUTIVIDADE DECOLAR.

Para uma safra com os melhores resultados, visite uma loja AgroGalaxy e conheça as soluções da Mosaic.

MicroEssentials

AGROGALAXY

Mosaic[®]
Fertilizantes

Transformando os solos e **potencializando** as culturas.

O desenvolvimento das lavouras depende de um solo fértil, estruturado e biologicamente ativo para prover água e nutrientes. Entretanto, cultivos intensivos podem impactar essas características por compactação, erosão e desequilíbrios.

O **MolTop Concentrado** contribui para a melhoria do ambiente do solo ao fornecer componentes orgânicos e minerais. Sua composição exclusiva com substâncias húmicas e nutrientes essenciais promove a agregação, estimula os processos biológicos e disponibiliza mais elementos às raízes das plantas.

Benefícios:

- Contribui para o desenvolvimento das raízes
- Pode auxiliar as culturas em períodos de estiagem
- Fornecer compostos orgânicos para aumento de microorganismos do solo
- Ativa o metabolismo microbiano contribuindo para agregação e estruturação do solo

Maior rendimento de aplicação



Efeito direto na estimulação do solo e das plantas

Ativação da microbiota do solo



www.aminoagro.agr.br

 **Aminoagro**

Fisiologia a favor da natureza e agricultura



- # Nasceu em Londrina (PR) | 50 anos
- # Engenheiro Agrônomo | Universidade Estadual de Londrina
- # Especialização em Gestão de Negócios | ESPM
- # MBA em Gestão de Negócios | Fundação Dom Cabral
- # Passagens pela Cooperativa Lar, Syngenta e Sinagro
- # Treze anos de experiência em Distribuição
- # Seis anos de AgroGalaxy

Gustavo Calderon, Diretor Estratégico de Sementes

O agrônomo Gustavo Calderon entende do riscado. Já passou por cooperativas, indústrias e distribuição. Só no AgroGalaxy, já são quase seis anos. E se 2023 foi único para o segmento, não foi diferente para o londrinense de fala pausada e informativa. Um comportamento que combina com a tarefa sofisticada que recebeu. Deixar a área de Marketing para comandar uma das apostas mais ousadas da companhia daqui para frente: a produção e comercialização de sementes. Com larga experiência em revenda, inteligência de mercado, BI, comercial e acesso ao mercado, alguém duvida do resultado dessa aposta?

AgroRevenda - Sementes e AgroGalaxy. Como foi 2023?

Gustavo Calderon - Foi muito melhor do que poderíamos imaginar. Excepcional mesmo, entregamos acima do que o orçamento previa, com qualidade e volume muito melhores. Diferente de tudo o que ocorreu no setor. A estrutura foi muito bem.

AgroRevenda - Como nasceu o projeto sementes do AgroGalaxy?

Gustavo Calderon - Quando adquirimos a Agro 100, havia uma pequena sementeira, marca própria, que nos diferencia do mercado. No meio de todo o processo, começamos a ver que era bom para o negócio. Não só pela marca própria, mas por testar qualidade para o cliente e ofertar variedades exclusivas. Então, o Fundo Aqua, como gestor da consolidação, investiu ainda mais e trouxe a Sementes Campeã.

“

Nós temos o mapa das sementes no Brasil. É uma operação rentável, sementeira como diferencial competitivo”.

E a escala avançou em qualidade e rentabilidade. Tanto que, hoje, como estrutura de produção, estamos entre as dez maiores sementeiras do país. Se juntarmos o que o AgroGalaxy vende como revenda e o que a sementeira comercializa, estamos entre os três maiores comercializadores de sementes de soja do Brasil. Com a nossa marca, “Nova Sementes”, exclusiva para atendimento a distribuição AgroGalaxy, e a ‘Campeã’, para atendimento a clientes finais e outros distribuidores.

AgroRevenda - Como foi essa evolução?

Gustavo Calderon - Atualmente, produzimos 1,5 milhão de sacas, um salto em apenas quatro anos, com altos investimentos em qualidade, estrutura, laboratório, gente e, principalmente, de acompanhamento do cultivo a colheita. Com aproximadamente 230 produtores cooperantes, cultivando 70 mil hectares e mais de 40 cultivares. Olhando para a frente, com objetivo de garantir os melhores produtos para nossos clientes, além da produção própria temos demanda

e parceiros de alta qualidade, como Boa Safra, Progresso e outros. Mesmo o que não produzimos tem nossa chancela, independentemente das entregas descritas por normas legais.

AgroRevenda - É diferente da distribuição, não?

Gustavo Calderon - Bem distinta. É uma fábrica. Com matéria prima, beneficiamento, embalagem, estocagem. São muitas especificidades. Nossa operação é enxuta, com três UBS’s próprias. Como não temos contrato com todos os obtentores de genética, não podemos atender a integralidade da demanda dos clientes AgroGalaxy, necessitamos das parcerias com fornecedores pelo volume que pretendemos alcançar na distribuição, nas várias regiões do Brasil.

AgroRevenda - E os caminhos da produção, como são?

Gustavo Calderon - A tecnologia está mudando muito e precisamos estar preparados para multiplicar. Já trabalhamos com 70 cultivares, estamos com 44 hoje e o forte, mesmo, fica com vinte e duas opções.

...

AgroRevenda - E as metas de crescimento?

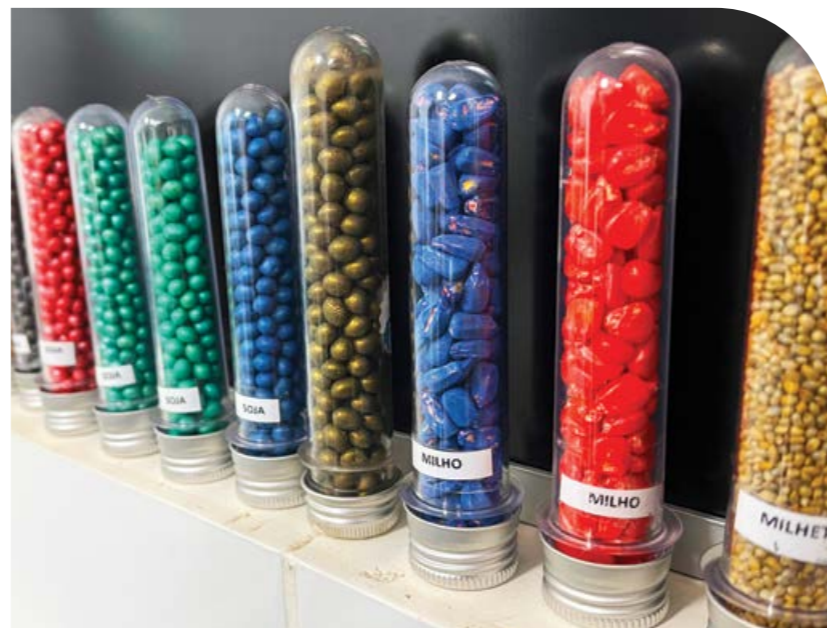
Gustavo Calderon - São duas frentes. Queremos atender metade da demanda do AgroGalaxy Distribuição. Para isso, precisamos crescer. Compramos UBS de Tamarana de olho nesse crescimento. Garantir 500 mil sacas adicionais até a safra 2026 – 2027 mantendo a qualidade que conquistamos é a meta. Precisamos atingir mais de 90% dos lotes com mais de 90% de germinação. Melhorando ano a ano. Outro grande objetivo é aumentar a participação de mercado da semente de soja na distribuição. A semente é chave no pacote adquirido pelo produtor. A variedade vai interferir em todas as escolhas do pacote tecnológico. Se é tardia, precoce, se vai plantar safrinha, dependente de fertilidade, suscetível a alguma doença. Na compra da semente o preço é o quesito menos preponderante ao lavrador, diferente de fertilizante, herbicida etc, como atestam várias pesquisas. E a semente fideliza. Gera indicação. E requer equipe treinada para vender. É uma área muito tecnificada e profissionalizada. Não permite erros.

AgroRevenda - É um setor que vai atrair investimentos internacionais no futuro?

Gustavo Calderon - Certamente. Nos Estados Unidos, os distribuidores são extremamente qualificados como vendedores de sementes. O mercado de sementeiras é atraente demais para interessados e vem movimentando o setor. Até o AgroGalaxy pode estar no jogo com mais vigor, a partir de 2025.

AgroRevenda - Como você acompanha a safra 2023 – 2024?

Gustavo Calderon - A região sul teve um bom plantio, com perspectiva favorável de colheita. Já a realidade do Cer-



AgroGalaxy: entre as três maiores sementeiras do país.


rado é diferente. Você teve 45 dias seguidos com 40 graus centígrados de temperatura. E, como a semente é um ser vivo, sofre com as irregularidades climáticas. E olhe que já sabemos das informações do El Niño. No Norte, tivemos vários agricultores com um segundo replantio. Mas nossos objetivos foram atingidos.

AgroRevenda - E 2024 – 2025?

Gustavo Calderon - Nosso ano já está no campo. Semente para o próximo ciclo. Nossos pontos de atenção são a possibilidade de chuvas na colheita no Sul e a qualidade das sementes no Norte, onde estamos com o sinal amarelo ligado e custo de beneficiamento maior. Mas, de maneira geral, nunca vi área de soja diminuir e a safrinha de milho cair mais de 5% a 7%. Sempre se mantém, de uma maneira ou de outra. O custo operacional das sementeiras não muda, pelo contrário. Mas a semente não vai faltar, talvez a variedade que o cliente queira.

AgroRevenda - E o panorama da empresa, na sua visão?

Gustavo Calderon - O Agro viveu três

anos ótimos, de 2020 a 2023. Crescimento de mercado de insumos acima de 30%. Mas vamos combinar que juntar pandemia e duas guerras não é o normal. Uma hora iria voltar ao patamar histórico de 9 ou 10%. A evolução vai permanecer, mas numa velocidade mais adequada. E o AgroGalaxy foi estratégico nesse sentido, focando no produtor e mantendo-se como os três maiores distribuidores do país. De olho no core do negócio: produzir bem e vender bem, ao lado do produtor, com simplicidade e ganho na operação. Vejo 2024 ainda com uma safra tensa e o agricultor ajustando a capitalização, mas com relação de troca positiva. Já os problemas climáticos merecem vigilância. E a safrinha é chave para ele ajustar os custos. Por isso, no Super Agro, vamos ofertar pacotes sabendo o que vender em termos de sementes. Esse evento é o diferencial de nossa empresa, pois produzimos nossas próprias sementes com qualidade garantida. Nós temos o mapa das sementes no Brasil, é uma operação rentável, sementeira como diferencial competitivo. 



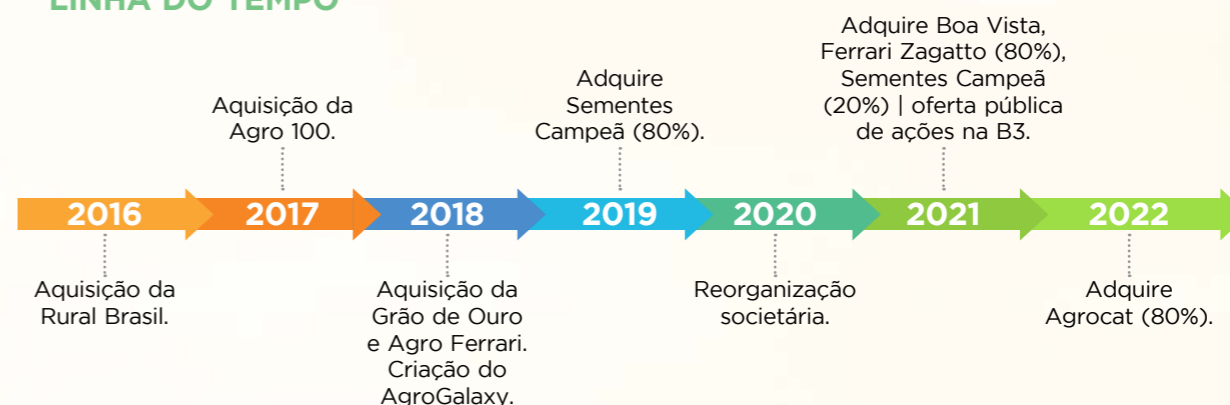
AgroGalaxy: um dos três maiores distribuidores de insumos agrícolas do Brasil.



Áreas de cultivo de semente de soja AgroGalaxy.



LINHA DO TEMPO



AGROGALAXY

- # Controlada do Grupo Aqua Capital
- # Presença em quatorze estados | 170 filiais
- # Unidades de sementes e armazenagem
- # Dois mil colaboradores
- # Primeira compra em 2016
- # Formada em outubro de 2020
- # Lançamento de ações em 2021
- # 31 mil clientes ativos
- # Avaliada na B3 em quase R\$ 700 milhões

NEGÓCIO SEMENTES

- # Produção de 1,5 milhão de sacas de soja | 44 cultivares
- 170 colaboradores | Até 200 temporários no período de safra | 230 produtores cooperantes
- # 40% dentro de casa e 60% fora de casa
- # 13 locais de produção: SC, PR, GO, MG, DF, BA e MT
- 100% agricultura cooperante | 3 estruturas próprias (duas no Sul e uma no Norte)
- # Ainda com sementes próprias de trigo
- # Domínio total sobre o processo de qualidade

CONSOLIDAÇÃO

“O Brasil é muito diferente do mercado americano. Temos muitos players. Cooperativas, distribuidoras, revendas. Passa de quatro mil dentro do mercado. Nos Estados Unidos, cinco corporações respondem por metade do mercado. Consolidar é um processo irreversível, mas tem velocidades diferentes dependendo do mercado. O Brasil é o maior mercado do mundo em várias tecnologias. Vai atrair investimentos e muita gente que está aqui dentro também vai querer participar do mercado”.

Welles Pascoal, CEO da AgroGalaxy

“O Brasil tem ganhos de eficiência a conquistar. Logística, armazenagem de grãos, integração na cadeia alimentícia, produtos de valor agregado. Neste cenário, companhias maiores, que capitalizam melhor produtividade e eficiência, têm papel fundamental. O ritmo de concentração ocorre dentro de uma indústria cíclica. Precisamos ser mais eficientes, produtivos, todos os elos da cadeia fazendo a sua parte, e as revendas também”.

Axel Jorge Labourt, COO da AgroGalaxy

“A consolidação é importante para o próprio mercado. Você traz segurança para o mercado, o produtor. Você trabalha com uma empresa, fornecedores. A negociação pode ficar um pouco mais complexa pelo nosso tamanho, mas o parceiro lida com uma corporação auditada, confiável e segura. Muitos players entraram, estão se ajustando e ainda há um caminho pela frente”.

Eron Martins, CFO da AgroGalaxy



AGROGALAXY

AGROGALAXY

A pioneira em biossoluções para uma agricultura sustentável.

Ajudamos os agricultores a resolver os desafios de sustentabilidade do dia à dia, acompanhando-os em cada etapa do caminho, **da semente à mesa.**

Let's grow greener

 Rovensa
Next

O momento da mudança chegou. O futuro é agora

A agricultura necessita acelerar sua transição para um futuro mais verde e nós vemos isso como uma grande oportunidade.

- ➔ Combinamos inovação revolucionária e assistência técnica local para trabalhar lado a lado com agricultores e distribuidores.
- ➔ Juntos nós podemos resolver os desafios da sustentabilidade, graças à expertise e liderança global do Grupo Rovensa.

Presença global Conhecimento local

Desenvolvemos e fabricamos um portfólio abrangente de soluções agrícolas em nossas **14 fábricas localizadas no Brasil, Europa, África do Sul, México e EUA.**



30

laboratórios de alta tecnologia



14

fábricas ao redor do mundo



+90

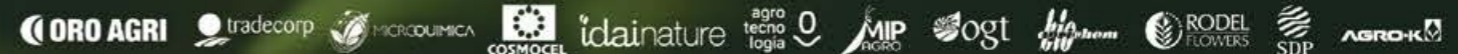
países com vendas de nossas soluções



+850

especialistas a campo

Somos Rovensa Next



O Grupo Rovensa uniu forças para criar, sob uma única marca, a maior plataforma mundial de biossoluções.

SuperAgro, a grande mostra de tecnologia e negócios

Nona edição do grande evento do AgroGalaxy leva cerca de 10 mil pessoas ao Centro Tecnológico AgroGalaxy, em Londrina, no Paraná



Welles Pascoal, CEO da AgroGalaxy, durante a abertura do SuperAgro 2024.

O Centro Tecnológico AgroGalaxy, em Londrina, no Norte do Paraná, recebeu cerca de 10 mil visitantes, entre produtores rurais, técnicos do Agro e profissionais de diversas áreas, nos quatro dias do SuperAgro Londrina 2024, realizado de 16 a 19 de janeiro. Um sucesso de público e

de negócios fechados, principalmente na modalidade Barter.

A feira, realizada pelo AgroGalaxy, abriu o calendário de eventos agropecuários na região e no Paraná, e também a agenda da série de três SuperAgros programados pela companhia. Depois

de Londrina, foi a vez de Dourados, no Mato Grosso do Sul, receber o evento, nos dias 24 e 25 de janeiro. E Alfenas, em Minas Gerais, sediará o SuperAgro nos dias 2, 3 e 4 de abril deste ano.

O SuperAgro Londrina foi uma feira técnica e de negócios, com uma pro-

gramação intensa de atividades voltadas aos produtores e profissionais do agronegócio. Foi também uma demonstração de consistência no relacionamento do AgroGalaxy com seus parceiros. "Temos mais de 60 fornecedores presentes aqui, todos eles com estandes montados dentro da nossa

“
O que vivenciamos em 2023 foi resultado de tudo que acumulou com pandemia, guerra Rússia e Ucrânia, movimento no mercado de commodities, taxas de juros no Brasil”.

Welles Pascoal,
CEO da AgroGalaxy

feira”, destacou o CEO do AgroGalaxy, Welles Pascoal.

Welles Pascoal reforçou, durante o evento, que o ano de 2023 ensinou muito a todos. “Tenho 42 anos de agronegócio e digo que a cada ano a gente aprende, porque nenhum é igual ao outro. Digo também que 2023 começou em 2020. O que vivenciamos em 2023 foi resultado de tudo que acumulou com pandemia, guerra Rússia e Ucrânia, movimento no mercado de commodities, taxas de juros no Brasil. Foi um ano complicado para todos, para toda a cadeia, desde o agricultor até os bancos, pegando a distribuição e os fornecedores no meio de caminho.”

A presença de um grande número de produtores também chamou a atenção. Só no primeiro dia, foram mais

de 1.200 agricultores que participaram das explicações técnicas no período da manhã e de encontros com as equipes da companhia para criar planos de negócios, à tarde. O fluxo foi intenso também nos dias seguintes da feira.

O diretor comercial do AgroGalaxy para região Sul, que compreende também São Paulo, Minas Gerais e Mato Grosso do Sul, Sérgio Fraga, é um dos organizadores do SuperAgro. Ele ressalta que essa foi a nova edição do evento, que já é tradicional. “Nosso objetivo é na parte da manhã mostrar toda a parte técnica para o agricultor, com as soluções tecnológicas, lançamentos de produtos com novas tecnologias que ajudam o produtor no dia a dia a produzir mais”, reforça Fraga.

Na parte da tarde, o visitante tem todos os estandes dos parceiros, dos



“
Realmente, estou muito feliz de estar aqui, de poder tomar o pulso de como está começando esse ano, junto com os produtores e com os investidores que estão hoje nos visitando também”.

Axel Labourt,
COO do AgroGalaxy

fornecedores, para conhecer e também conta com um balcão de negócio onde é montada uma proposta de fornecimento dos insumos, focada principalmente na modalidade de barter. Essa dinâmica garante que os convidados tenham acesso a tudo que o SuperAgro oferece, incluindo a negociação para a aquisição dos insumos.

“E para fechar negócio com o produtor, esse ano nós estamos com mais de 60 expositores e são todos os parceiros comerciais nossos de sementes, de fertilizantes, defensivos e nutrição, mais os parceiros que já são do SuperAgro, que são os estandes de máquinas e de automóveis. A marca SuperAgro realmente já está consolidada aqui no Paraná”, acrescenta o diretor.

Neste ano de 2024 o AgroGalaxy passou a expandir a marca SuperAgro. Além dos eventos em Dourados e Alfnas, em breve o SuperAgro chegará ao Norte do Brasil, antecipa Fraga.

ARRUMAÇÃO

Axel Labourt, COO do AgroGalaxy, que é quem comanda o setor de Operações da companhia, também participou de atividades no evento e destacou a presença de muitos parceiros na feira. “Tivemos um ano 2023 bem desafiador, que a gente conseguiu conquistar com muitos parceiros que estão nos acompanhando hoje, no primeiro SuperAgro do ano 2024 e com muitos outros que estão nos visitando. Então estamos olhando para 2024 com muito otimismo”, afirmou.

“Realmente estou muito feliz de estar aqui, de poder tomar o pulso de como está começando esse ano, junto com os produtores e com os investidores que estão hoje nos visitando também”, acrescentou. Labourt observou também que o ano de 2023 foi de arrumação.

“Acho esse um processo natural dentro de uma indústria cíclica [como é a agricultura]. Quando as contas ficam

um pouco mais apertadas, que é o que aconteceu para o produtor, quem acompanha o produtor no dia a dia tem que fazer a sua tarefa. O importante é fazer isso logo no início, antecipadamente, se for possível, para estar preparado para poder acompanhar o produtor nessa nova dinâmica da melhor maneira”.

O AgroGalaxy, segundo ele, fez esse trabalho de arrumação ao longo de 2023, cedo, e deve continuar fazendo na medida que for necessário. “Nós saímos de 2023 muito satisfeitos com o trabalho feito”, ressalta.

Labourt afirmou também que acredita que este ano terá “um pouco da cara” de 2023. “Espero e torço para que a gente já comece a ver alguns sinais de uma recuperação, provavelmente no segundo semestre. Acho que vai ser um ano de continuar trabalhando a produtividade, continuar trabalhando a eficiência e acompanhar o produtor

nesse momento difícil de trazer o fornecedor na conversa”.

O momento deve ser de trabalhar com muita colaboração, otimismo e flexibilidade. “Provavelmente já no ano que vem a gente começa a ver os brotos verdes e a fase mais favorável do ciclo”.

MAIS FORTES

Eron Martins, CFO do AgroGalaxy, acrescenta que quem trabalha no agronegócio sabe que é normal passar por momentos de ajuste, como o que ocorreu em 2023. “O que você não pode é ser lento e nós soubemos tomar as decisões no momento certo. Posso dizer que, apesar de ter sido um ano de aprendizado, um ano difícil, a gente entra em 2024 muito mais fortes, com mais musculatura. Uma empresa mais forte para poder triunfar em 2024”, destacou.

Por ser uma companhia de capital aberto listada na B3, a Bolsa do Brasil, o AgroGalaxy faz uma prestação de contas periódica, aberta ao mercado, o que garante a transparência na gestão econômica da empresa. O interesse do mercado pela companhia pode ser comprovado no SuperAgro, com a presença de representantes dos investidores no evento.

“Tivemos mais de 30 pessoas da Faria Lima [uma referência aos profissionais do mercado de capitais] aqui no SuperAgro. São investidores nos acompanhando. Nós estamos expostos, estamos na mídia. Eu te confesso que isso é bom. E essa transparência que a gente traz para o mercado é boa. É um prazer a gente poder ser esse que traz a transparência para o agronegócio. E muita gente que está aqui hoje está para entender que cara tem esse agronegócio.

NOVA SEMENTES

Um dos muitos destaques da nona edição do SuperAgro em Londrina foi a presença da Nova Sementes, marca do AgroGalaxy que ocupou um espaço estratégico na feira. O diretor da Nova Sementes, Gustavo Calderón, revela que o AgroGalaxy é hoje uma das 10 maiores produtoras de sementes do país – a companhia tem também a marca Sementes Campeã. “Estamos entre os quatro maiores comercializadores de sementes de soja do Brasil”, acrescenta.

Calderón diz que o segmento de sementes merece um olhar mais atento, por seu grande potencial de mercado. A atividade experimenta um desenvolvimento muito grande nos últimos anos, com o avanço da genética e das biotecnologias e também uma maior profissionalização entre os agricultores. “A profissionalização do



“
Posso dizer que, apesar de 2023 ter sido um ano de aprendizado, a gente entra em 2024 muito mais fortes, com mais musculatura. Uma empresa mais forte para poder triunfar em 2024”.

Eron Martins,
CFO do AgroGalaxy



Palestras técnicas: movimentação foi intensa nos quatro dias do evento.

Agro está tão grande e a necessidade de ajustar custos e colher bem a safra



Gustavo Calderón, Diretor da Nova Sementes.

e a safrinha faz com que o agricultor, além de usar as tecnologias, queira ter uma semente de altíssima qualidade para não errar o plantio”.

A escolha da semente correta é essencial e determinante para o sucesso da safra. Fazendo a escolha correta, da semente mais adequada e com maior qualidade, o produtor evita o risco de perder as janelas da soja e da safrinha e consequentemente consegue uma rentabilidade muito maior de duas safras. “Temos um lema de qualidade na Nova Sementes, segundo o qual o agricultor que começa errado vai errado até o final”, afirma Calderón. Por isso, a sementeira do AgroGalaxy tem como prioridade ajudar o agricultor a não erra nesse plantio e, com isso, permitir que ele tenha todo o ano de produção garantido.

A definição da semente mais adequada

é o ponto inicial da definição de todo o pacote de tecnologia que o produtor vai adotar na safra. Se a opção foi por uma variedade resistente à lagarta, por exemplo, não será necessário comprar o defensivo para essa praga. Se for uma variedade mais resistente a determinadas doenças, então o produtor poderá usar menos fungicida.

PARA ELAS

Entre as atividades realizadas pelo AgroGalaxy no SuperAgro, outro destaque foram as oficinas e palestras ministradas no espaço destinado ao público feminino do evento. O estande do projeto Elas em Campo teve agenda todas as manhãs dos quatro dias da feira. As atividades do Elas em Campo incluíram palestras sobre “Comunicação autêntica”, “Vivência profissional e trajetória, desafio no Agro”, “Vencendo desafios de dentro da porteira” e “O protagonismo feminino no agro 5.0”. **AR**



Nosso objetivo é na parte da manhã mostrar toda a parte técnica para o agricultor, com as soluções tecnológicas, lançamentos de produtos com novas tecnologias que ajudam o produtor no dia a dia a produzir mais.

Sérgio Fraga,
Diretor Comercial para Região Sul do Agrogalaxy.



Espaço dedicado a mulheres que atuam no agronegócio: palestras e oficinas variadas.

Afiado, a arma da Albaugh contra o percevejo



A Albaugh participou do SuperAgro com destaque para o Afiado, inseticida lançado pela empresa em agosto de 2023 e já utilizado em 5 milhões de hectares para a safra 2023-2024. O gerente de Marketing da Albaugh Brasil, André Arnone, explica que a mistura do Afiado é consagrada para o controle do percevejo na soja, milho, café, batata e algodão. “Estamos tendo a oportunidade de acompanhar o desempenho do Afiado e a satisfação dos agricultores com o produto no campo”, afirma.



Nelson Azevedo, Diretor de Marketing da Albaugh.

Entre as características do produto estão a sua formulação líquida, que é a preferida pelos agricultores, e o fato de combinar dois ativos líderes de mercado para o controle de insetos sugadores, basicamente os percevejos na soja e no milho e a cigarrinha do milho. A formulação líquida permite maior facilidade para o agricultor, resultando num manejo mais eficiente e em ganho operacional da fazenda.

Outro grande diferencial do Afiado é a classe toxicológica do produto. Ele tem uma classe mais leve, sendo considerado um produto ambientalmente correto. “Conseguimos aliar o conceito de ambientalmente sustentável, que é o tema desse evento do AgroGalaxy”, destaca.

Ambientalmente correto e com resultados concretos para o produtor, mesmo em regiões castigadas pelo clima. “Em algumas regiões onde a pressão de pragas em função do clima foi muito alta, o produto performou extremamente bem. Ele tem

ajudado o produtor a defender o potencial produtivo dele”.

O diretor de Marketing da Albaugh, Nelson Azevedo, explica que a companhia de origem norte-americana chegou ao Brasil em 2017 e é hoje a nona maior empresa de defensivos do mundo. Criada em 1979 pelo produtor rural Dennis Albaugh, está hoje, segundo Azevedo, num processo de transformação, que tem o Afiado como locomotiva.

“Temos vários lançamentos a caminho. Além do Afiado, temos o Krypto, que também apresentamos na feira, e vários outros produtos que estão vindo para transformar o portfólio da Albaugh e o posicionamento da empresa no mercado”.

AR



André Arnone, Gerente de Marketing da Albaugh Brasil.

Aminoagro apresenta Mol Top Concentrado

A Aminoagro manteve uma agenda cheia de atividades nos seus espaços no SuperAgro 2024 durante os quatro dias do evento. Um dos mais concorridos foi a trincheira escavada no campo de demonstração da empresa, para demonstração prática dos resultados das soluções apresentadas aos agricultores.

O destaque no portfólio da companhia é uma nova versão de um grande campeão de mercado, que é o condicionador de solo Mol Top, agora apresentado também como Mol Top Concentrado. Thiago Zanoni Baggio, gerente de Desenvolvimento de Mercado da Aminoagro, explica que a nova apresentação do produto, concentrada, é um apoio

ao produtor ao reduzir a quantidade de embalagens e uma forma de aumentar a eficiência operacional da fazenda.

Mol Trop apresenta, já a partir do primeiro ano de uso, resultados satisfatórios de produtividade e melhoria na estrutura química, física e biológica do solo. O produto contém matéria orgânica e aditivos que estimulam o enraizamento e ativam a microbiota do solo. “Temos alguns microrganismos muito importantes no solo que são nativos, que estão lá desde sempre. O que o produto faz é ativar esses microrganismos”, exemplifica.

“A gente utiliza o fertilizante de uma forma mais eficiente. A planta busca



Técnico faz demonstração na trincheira da Aminoagro no SuperAgro



Thiago Zanoni Baggio, Gerente de Desenvolvimento de Mercado do Aminoagro.

água em profundidade, por isso fica mais saudável e consegue passar por adversidades climáticas de forma mais tranquila”, diz Baggio.

O correto tratamento do solo, no caso com a aplicação de Mol Top, proporciona um melhor enraizamento e, por consequência, maior eficiência da planta em captar nutrientes e água. Há também microrganismos que ajudam a estruturar o solo e permitem que a água entre em profundidade.

O Mol Top foi desenvolvido no Vale do São Francisco, no estado de Pernambuco, importante polo de fruticultura brasileiro, onde o produto se tornou padrão, por exemplo, para os produtores de manga. Não se cultiva manga naquela região sem o uso de Mol Top.

AR

Biotrop, participação no evento foi impactante!



Estande da Biotrop foi um dos mais movimentados do SuperAgro.

Impactante! Assim pode ser definida a participação da Biotrop no SuperAgro AgroGalaxy 2024, realizado em Londrina (PR). Completando 05 anos de parceria, a Biotrop levou ao evento um conjunto de ações e atividades que reforçam ainda mais a parceria com o AgroGalaxy.

Aproveitando a magnitude e o grande público do evento, a Biotrop utilizou o SuperAgro como instrumento para reforçar os avanços do mercado de biológicos, o crescimento pujante e sustentável do setor, o aumento na taxa de adoção e a importância do insumo junto ao produtor rural.

Para apoiar todo esse movimento e

atendimento ao produtor e à equipe AgroGalaxy, a empresa marcou sua presença através de dois espaços no evento: um no campo, com objetivo de levar maior conhecimento técnico sobre a utilização, potencial e resultados que o uso dos biológicos vem agregando às lavouras; e outro no balcão de negócios, para melhor atender as dúvidas, gerar conforto ao produtor e levar oportunidades conjuntas ao produtor rural.

Dentre essas ações, destacaram-se as condições comerciais diferenciadas, ativadas por meio de campanhas (para negociações feitas por Barter ou diretas, realizadas no estande), tendo como atrativo o sorteio de prêmios

para produtor rural e para o CTV do AgroGalaxy, que geraram importantes negócios fechados e a ampliação de novos usuários de biológicos.

Através dessas ações e presença, a Biotrop reforça sua posição em relação à importância da parceria com o AgroGalaxy, bem como sua consolidação como principal player do mercado de biológicos, através da inovação e constantes investimentos direcionados pela empresa para difundir conhecimento a campo, levar maior segurança ao produtor, evidenciar o potencial dos biológicos e trazer oportunidades únicas aos produtores rurais. Biotrop, a escolha natural!



Mosaic é MicroEssentials e Performa Plus para soja



Estande da Mosaic no SuperAgro Londrina 2024: soluções para sojicultura.

A Mosaic Fertilizantes apresentou na 9ª edição da SuperAgro soluções tecnológicas para o manejo nas lavouras de soja que aumentam a produtividade e a rentabilidade da cultura. Filipe Miranda, gerente de Produtos da Mosaic Fertilizantes, destaca a importância do SuperAgro para a empresa, considerando o objetivo da Companhia de apoiar a jornada do agricultor por meio da apresentação de soluções inovadoras e tecnologias de alta performance. "A feira, que é referência técnica e comercial no calendário do agronegócio da região, busca difundir conhecimentos, apresentar novidades e facilitar a conexão com produtores rurais", diz Miranda.

Nesta edição do SuperAgro, a Mosaic Fertilizantes, que é uma das maiores produtoras globais de fosfatados e potássio combinados, destacou produtos que elevam o potencial produtivo da

soja, como o Performa Plus e o MicroEssentials. O primeiro proporciona excelente estabelecimento inicial, homogeneidade para a lavoura, maior 'pegamento' de flores e enchimento de grãos. Já o MicroEssentials, que possui formulação exclusiva, tem como diferencial a presença de Nitrogênio, Fósforo e Enxofre em um único grânulo, sendo o último nas formas de Sulfato e Elementar, que garantem a nutrição da planta durante todo o ciclo da soja. Trata-se de um nutriente fundamental que atua na cadeia de proteínas e aminoácidos, essenciais para o crescimento, desenvolvimento e enchimento dos grãos, o que eleva a produtividade e rentabilidade do produtor.

Os efeitos em soja do MicroEssentials são tão expressivos que levaram o produto da Mosaic Fertilizantes a ser titular no "Desafio de Máxima Produtivida-

de" do Comitê Estratégico Soja Brasil (CESB): nos últimos quatro anos a empresa teve três campeões na categoria Irrigado (2020, 2021 e 2023). "São produtos desenvolvidos com base em muita pesquisa e trabalho e que podem contribuir para melhorar o desempenho das lavouras em condições climáticas adversas", destaca Miranda.

Além da exposição dos produtos, a Mosaic Fertilizantes também contribuiu com debates que fizeram parte da agenda deste ano do SuperAgro. Representada por Mariana Moreau, agrônoma sênior da Companhia, a empresa compôs a mesa redonda "Vivência profissional e trajetória, desafios no agro", compartilhando sua experiência na promoção da diversidade e inclusão. O bate-papo aconteceu no dia 18, terceiro dia do evento, no Espaço Elas em Campo.



Rovensa Next participa desde a primeira edição



Luiz Carlos Cavalcante, diretor Comercial e de Marketing da Rovensa Next.

A Rovensa Next é parceira desde sempre do SuperAgro. Segundo seu diretor Comercial e de Marketing, Luiz Carlos Cavalcante, a empresa participa desde a primeira de suas nove edições. Na realidade, a Rovensa Next é uma marca nova, lançada em fevereiro de 2023 pelo Grupo Rovensa como uma plataforma holística de bio-soluções, reunindo 10 empresas que compõem o grupo: Agrichembio, Agrotecnologia, Idai Nature, Microquímica, MIP Agro, OGT, Oro Agri, Rodel, SDP e Tradecorp. A participação nas edições anteriores era feita através de uma das marcas que agora compõem a Rovensa Next.

“O AgroGalaxy é um parceiro muito importante para nós. Já é uma tradição participar da feira. Por isso, quando participamos do evento o cuidado é grande, para dar apoio diante do grande fluxo de produtores”, afirma Cavalcante.

Cavalcante afirma que os produtos biológicos são uma tendência no mundo todo, mas o Brasil é o país onde sua aplicação mais cresce. “A grande diferença hoje em dia é que os biológicos são produtos muito efetivos, eficazes. Até algum tempo atrás, era muito bonito falar sobre biológicos, mas eles nem sempre ti-

nam a performance desejada. Isso causava muita frustração”.

Já há algum tempo, os produtos passaram a dar os resultados efetivos esperados. Isso faz a grande diferença. “Podemos tomar como exemplo o nematoide, uma praga de importância econômica muito grande. Se fala em 10 milhões de hectares infestados com nematoide no país. Até então, só com uso de químicos era possível ter boas colheitas nessas áreas. Hoje, com microrganismos às vezes associados a químicos, é possível conseguir uma eficiência muito boa e com resultados economicamente sustentados”.

No Brasil, a Rovensa Next tem cerca de 300 colaboradores, com duas fábricas e um laboratório mundial de pesquisa de biológicos. São mais de 100 produtos no portfólio. **AR**



Estande da Rovensa Next no SuperAgro Londrina 2024: participação contínua.

A MAIS COMPLETA REDE DE VAREJO DE INSUMOS, SERVIÇOS E TECNOLOGIAS AGRÍCOLAS DO BRASIL!

Valor 1000 2023

Entre as **100** maiores empresas do país.



AGRO GALAXY

Em comum com você, o desejo de produzir resultados extraordinários no campo!


agrogalaxy.com.br

André Savino assume Proteção de Cultivos da Syngenta

A Syngenta anunciou hoje a nomeação de André Savino, que anteriormente ocupava a posição de Diretor Geral da Plataforma Comercial SYNAP, para a recém-criada posição de Presidente de Proteção de Cultivos no Brasil. Juan Pablo Llobet, que junto com a liderança do negócio na América Latina também presidia a operação no país desde janeiro de 2021, agora focará em seu papel regional. Juan Pablo e André trabalharão juntos para melhor servir os agricultores brasileiros.

André Savino iniciou sua carreira na Syngenta em 1998 como Assistente Técnico e logo tornou-se Representante Técnico de Vendas. Ele atuou em diversas posições na operação de Proteção de Cultivos, ampliando sua perspectiva do negócio. Mais recentemente ele foi Head de Marketing no Brasil, e desde março de 2022 atuava como Diretor Geral da Plataforma Comercial SYNAP. Ele é formado em agronomia pela Universidade Estadual Paulista, possui MBA pela Fundação Dom Cabral e especializações nas universidades de Purdue e INSEAD. André Savino também é cafeicultor.

“Nos últimos três anos, expandimos nosso negócio no Brasil com a introdução de plataformas de crescimento: comercialmente com a SYNAP, financeiramente com Syde, e em outras áreas, como Produção & Supply e Digital”, explica Juan Pablo. “Buscamos fortalecer ainda mais a coordenação



entre nossa organização comercial, as Plataformas, as funções de apoio e stakeholders-chave, então será uma grande satisfação ter alguém como o André liderando esse mercado tão dinâmico”, ele acrescenta.

“Estamos constantemente buscando formas de melhor entender as necessidades de nossos clientes, para que possamos endereçá-las desenvolvendo e oferecendo os produtos e so-

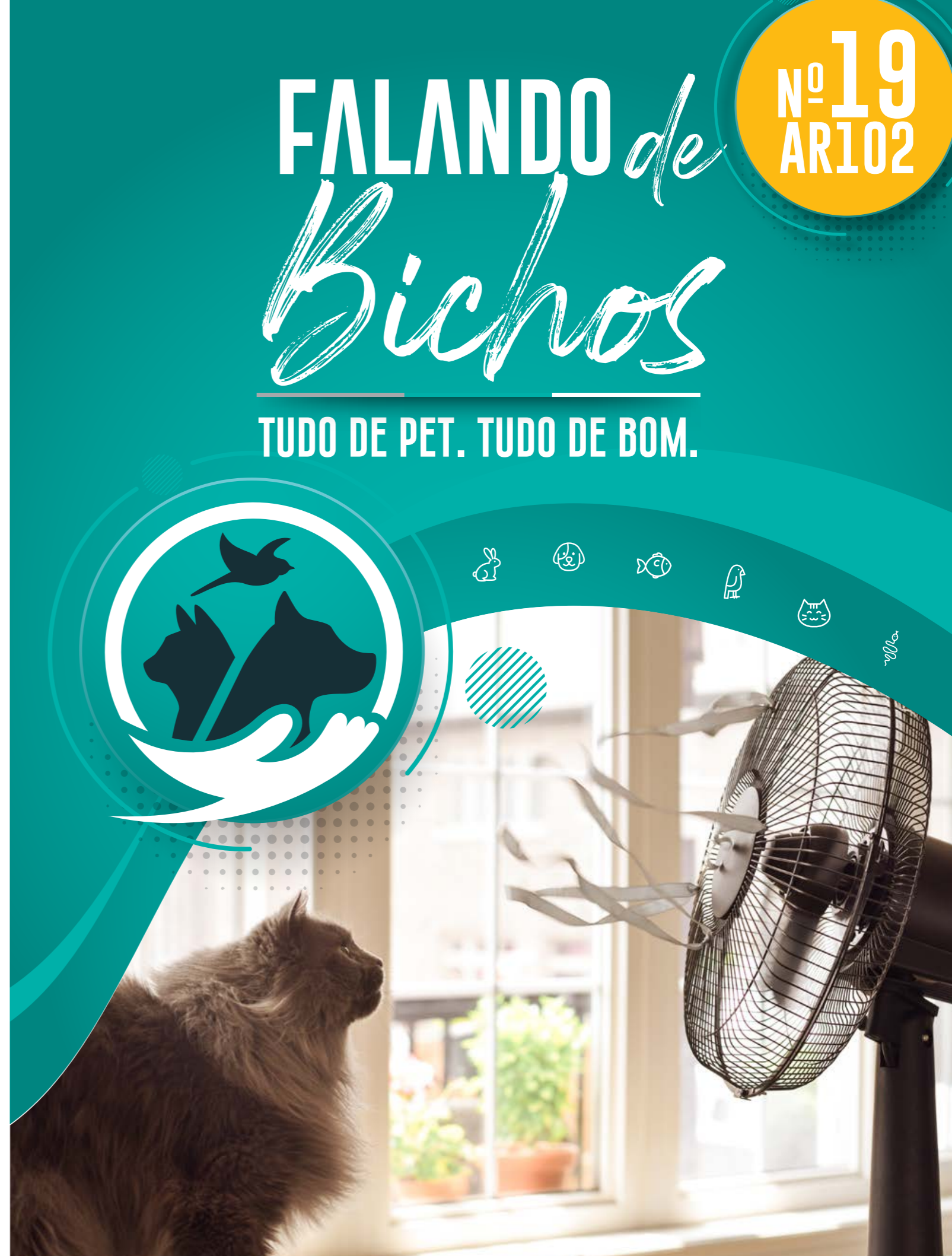
luções mais inovadores, viabilizando que os agricultores alcancem os mais altos níveis de produtividade com rentabilidade e sustentabilidade – e isso se aplica tanto para a Syngenta quanto para a SYNAP”, diz André. “Foi um grande privilégio ter a oportunidade de atuar na plataforma comercial desde que ela foi estabelecida. Agora estou muito honrado com a nomeação para servir o negócio de Proteção de Cultivos no Brasil”.

AR

Nº 19
AR102

FALANDO de Bichos

TUDO DE PET. TUDO DE BOM.



Calor extremo

É AMEAÇA A VIDA DOS PETS

Professora de medicina veterinária explica os cuidados que se deve ter com os animais em dias de temperaturas muito altas

O aquecimento global é o tema da vez no mundo todo, como comprovou a Conferência das Nações Unidas sobre as Mudanças Climáticas 2023, a COP28, realizada em Dubai, nos Emirados Árabes Unidos. No Brasil, foi possível sentir, nos últimos meses do ano, a importância dessa questão, com as seguidas ondas de calor extremo atingindo diferentes regiões do país. Esses episódios climáticos extremados são um perigo para os seres humanos e também para os animais de companhia, que correm sérios riscos de saúde e podem até morrer de calor em razão da hipertermia.

A apresentadora Ana Flávia Lourenço, que comanda o Canal Falando de Bichos, do Grupo Publique, fez uma entrevista especial e atualíssima com a médica veterinária Aline Ambrogli, professora da Unipinhal e do Grupo Unieduk, no campus de Jaguariúna, na Região Metropolitana de Campinas (SP). Aline dá dicas importantes para os tutores, por

que nessas situações todo cuidado é pouco. E a orientação mais importante é fornecer sombra para os pets.

Há uma diferença significativa no controle de temperatura corporal dos cães e gatos em relação aos humanos, que no calor transpiram como forma de se resfriar. Os cachorros e felinos têm poucas glândulas sudoríparas. Então, para controlar a temperatura, eles passam a aumentar a respiração. “E aí tem animal que tem dificuldade para respirar e a temperatura não fica adequada, começa a ficar elevada. Isso chama hipertermia e eles passam mal e podem chegar a vir a óbito de uma maneira muito rápida”, alerta a veterinária.

Se o tutor não consegue observar os pequenos sinais, o animal pode ficar muito mal em pouco tempo e pode até perder a vida. Esse alerta é vital para os tutores, que precisam dobrar a atenção nesses períodos de muito ca-



lor. Prestar muita atenção no pet pode ser a diferença entre preservar a vida dele ou perdê-lo.

SINAIS IMPORTANTES - A veterinária explica que a temperatura dos cães e gatos é um pouco mais elevada que a dos humanos, podendo chegar a 39º centígrados. Quando chega a 39,5º ou 39,6º, já se considera hipertermia. “Os cachorros começam a respirar com a língua para fora. O gato respira mais alto, porque ele não tem esse comportamento de pôr a língua pra fora. Quando o gato chega nesse nível, de ficar com a boca aberta, com a língua pra fora, ele já está num estresse tão grande que tem que correr para o veterinário.”

Quando a temperatura corporal do animal vai aumentando, ele vai ficando cada vez pior e ele começa a vomitar. O pet passa então a ter alterações

neurológicas, fica cambaleante e por último cai. O desmaio é uma reação do corpo diante da gravidade da situação, numa tentativa de sobreviver. Por isso é tão importante estar atento à respiração do animal nesses dias mais quentes.

A hipertermia não é o único problema de saúde que pode acometer os pets no calor. “O verão, de maneira geral, tem algumas doenças com as quais a gente precisa se preocupar, principalmente as doenças que têm vetores associados, como pulga, carrapato e mosquito”, explica. Entre as doenças transmitidas pelo carrapato está a erliquiose, que é um problema no calor. Já as moscas transmitem a dirofilariose, que é uma doença do coração. Há outros tipos de patologia transmitidas por vetores, como a leishmaniose. Também a doença do carrapato é muito mais comum no verão do que no inverno.

PARA TODOS - Sobre as medidas que o tutor pode tomar para contornar a situação, garantir a ele uma sombra é vital. Deixar o animal sem nenhuma sombra, sem ter onde ele se esconder, é um grande erro. “Estamos falando de cachorros, mas pode ser qualquer outro animal. Não podemos nos esquecer dos passarinhos, do coelho ou do porquinho da Índia. Ter sombra é primordial”, alerta Aline. O uso de ventiladores também é muito bem-vindo. Mas é preciso cuidado, com as aves como as calopsitas que ficam soltas, por exemplo, que podem se machucar nas hélices.

Outra dica é fazer atividades com água nos dias de muito calor. Uma piscina infantil pode ser aproveitada para os pets brincarem e se refrescaram. Muitos cachorros adoram brincar na água. Ela reforça que é preciso deixar a pisci-

na na sombra e, nos dias muito quentes, trocar a água com frequência, para estar sempre fresca.

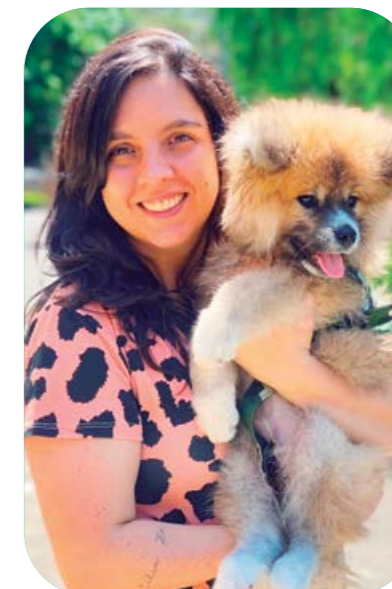
A alimentação é outro ponto que pode fazer diferença para os pets em temperaturas muito altas. E as frutas são, na avaliação da veterinária, ótimas opções. É incrível usar frutas geladinha para melhorar a qualidade de vida do animal nesses dias. Ela diz isso por experiência própria. “Melancia para mim é a que ganha aqui em casa. Eu dei muita melancia nesses dias que foram mais quentes.” Melão e outras frutas suculentas são igualmente eficientes.

Outra sugestão é fazer picolés com frutas batidas com água. Basta colocar no congelador e depois oferecer aos animais. Eles gostam, se refrescam e ainda se hidratam, o que é determinante para a saúde em temperaturas extremas.

As orientações são mais do que válidas, já que o fenômeno El Niño deve provocar picos de calor até abril de 2024.

PROTEÇÃO - Entre os cuidados importantes para se tomar nesses períodos escaldantes estão também o uso de filtro solar, especialmente nos animais brancos ou que têm partes da pele branca, e a proteção das patas quando for fazer deslocamentos em que o pet vai ter que pisar em calçadas ou asfalto quentes. A pele dos coxins é muito sensível e as queimaduras graves podem facilmente ocorrer.

Os passeios rotineiros devem ser sempre feitos quando a temperatura já esteja mais amena.



Aline Ambrogli: regra número um é oferecer sombra aos animais

Nunca, num dia quente, sair para passear com o pet enquanto os termômetros estiverem nas alturas. Ou seja, melhor bem cedo ou depois de o sol se por.

A atenção com a hidratação dos animais de estimação deve ser dobrada no verão e ainda mais quando há picos de altas temperaturas. Além das frutas e sorvetes sugeridos pela veterinária, deve-se garantir aos pets água fresca e em boa quantidade durante todo o dia. A água é tão vital para eles quanto para nós, humanos. 🐾



Entrevista da professora de medicina veterinária à apresentadora Ana Flávia, do Canal Falando de Bichos

Estrelinhas no Céu

CREMATÓRIO PET PIONEIRO PRIORIZA ACOLHIMENTO DOS TUTORES

Com 18 unidades nos estados do Paraná e São Paulo, empresa ainda espera que a cultura da cremação avance no país

O assunto é difícil, porém necessário. Pensar ou decidir sobre a forma de se despedir do animal de estimação que faleceu é uma tarefa que, em algum momento, deverá ser enfrentada pelo tutor. Nessas horas, as empresas de cremação e serviços funerários pet fazem toda a diferença. Muitas delas, com nomes sugestivos e singelos, vêm aprimorando sua atuação para atender um público crescente.

A procura pela cremação de pets cresceu nos últimos anos, impulsionada principalmente pelo isolamento vivido durante a pandemia de Covid-19, que

fez a procura por animais de companhia disparar no Brasil e no mundo. Um dado do Radar Pet 2021 dá uma dimensão desse movimento: o número de animais em lares brasileiros cresceu 30% durante o isolamento social, segundo dados da Comissão de Animais de Companhia (Comac), grupo criado em 2007 pelo Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Saúde Animal (Sindan). Considerando que o Brasil tem em torno de 150 milhões de pets, esse percentual é muito expressivo. Equivale a mais de 40 milhões de animais abrigados por famílias no país.

Atender e acima de tudo acolher os tutores de pets que faleceram é a missão da gerente geral do Estrelinhas do Céu Crematório Pet, Erika Chistina Petereit, e dos integrantes da equipe. Formada em Química, Erika tem especialização em Gestão Ambiental e atuação também na área de humanas.

A empresa, com sede em Arapongas, no Norte do Paraná, tem outras 17 unidades no estado e interior de São Paulo. Todas as conveniadas prestam os serviços funerários completos e a cremação é realizada na sede de Arapongas, única que tem crematório. As demais contam com câmaras

frias para a conservação dos corpos até o devido deslocamento para serem cremados, além de sala de despedida e outras dependências. As estruturas das unidades servem especialmente como locais de acolhimento dos tutores, além dos serviços em si.

O Estrelinhas no Céu é pioneiro e até hoje o único crematório pet da região. Essa condição hegemônica e o crescimento da demanda no país não significam que a atividade seja uma abundante fonte econômica. Criada há 10 anos, a empresa tem muito trabalho e desafios. Mesmo tendo crescido, a procura pelos serviços ainda está aquém do potencial e do que se vê, por exemplo, na vizinha Argentina, onde a cremação tem forte presença.

Um crematório pet segue praticamente as mesmas regras impostas aos crematórios humanos. As licenças e exigências são idênticas. Com isso, até que possa ser colocado em atividade, são necessários pelo menos dois anos de processo. Ou seja, dois anos de investimentos sem qualquer entrada financeira.

Erika destaca que o trabalho do Estrelinhas do Céu ainda tem muito de sonho. "É difícil ter retorno financeiro, porque ainda não temos a cultura da cremação estabelecida no país", diz. Há ainda muita gente que opta por

descartar o corpo dos animais em aterros sanitários, o que traz sérias consequências para a saúde pública.

Ela afirma que entre os desafios da empresa está o treinamento da equipe. Isso porque o atendimento ao tutor exige habilidade dos profissionais, porque o momento é de luto e a assimilação da perda é sempre difícil. As reações dos tutores podem variar muito e é preciso saber assimilá-las da melhor

maneira possível. "É preciso respeitar a história de cada um e o envolvimento da pessoa com o pet que se foi", afirma Erika.

Segundo ela, o público atendido pela empresa envolve todas as classes sociais, já que há serviços com preços acessíveis, como no caso da cremação coletiva. O crematório oferece serviços individualizados e também planos com pagamentos mensais. Os tutores op-



O QUE SE PODE FAZER COM AS CINZAS?

O aumento da procura dos serviços de cremação e funerários de pets inclui uma dúvida igualmente crescente: o que fazer com as cinzas do animal de estimação? Para ajudar os tutores a decidir, o Crematório Pet, de São Paulo, que pertence ao Grupo Luna Assist, dá algumas dicas oportunas. Confira:

A escolha da urna para cinzas

A primeira dica é escolher uma urna para cinzas que mais representa o seu pet. Toda vez que você olhar para ela irá lembrar o quanto o seu animal de estimação foi especial em vida.

Espalhe as cinzas

Espalhar as cinzas em um lugar significativo é uma ótima opção para você retornar ao local e lembrar de todos os momentos felizes que ali passaram.

Faça um pingente ou uma joia

Eternizar o seu pet através de um pingente ou de uma joia é um lindo gesto de companheirismo e amor. É uma ótima opção para levá-lo a qualquer lugar, mantendo o seu amigo sempre por perto. Uma dica: o pingente fica ainda mais personalizado se optar pelo acrílico colorido.

Plante uma árvore ou uma planta

O ato de plantar uma árvore ou uma planta através das cinzas em uma urna biodegradável, irá eternizar o seu amigo e fazer com que ele esteja presente de maneira ecológica, ajudando o nosso planeta.

Faça um diamante

Fazer um diamante com as cinzas do seu pet é uma forma sofisticada para eternizar o seu querido animalzinho. Existem diversos modelos disponíveis, como: patinha, coração, ossinho, estrela entre outros.

tam por um perfil de serviços entre as quatro opções oferecidas e, ao longo de 24 meses, paga o plano para utilizar quando o pet se for. Esses planos já são oferecidos também pelas empresas de serviços funerários humanos que atuam na região, como uma opção a mais para quem adquire os planos humanos.

O serviço da empresa funciona 24 horas. Há sempre uma equipe de plantão, para atender o tutor e definir o que será feito e quando. Nas regiões atendidas pelas unidades do Estrelinhas no Céu no Paraná e São Paulo, a empresa faz gratuitamente a cremação dos cachorros que atuavam nas Polícias Militares.



Erika Petereit: treinamento da equipe é um dos desafios da empresa



Adoção responsável

ELANCO INDICA OS OITO PASSOS PARA A ADOÇÃO BEM-SUCEDIDA DE ANIMAIS DE COMPANHIA

Orientações colocam todos os principais pontos a serem avaliados por aqueles que pretendem adotar; os custos fazem parte da lista

O cenário pode chocar, mas é real. Segundo o Instituto Pet Brasil, o Brasil tem hoje 6,1 milhões de cães e 2,7 milhões de gatos em condição de vulnerabilidade, isto é, que vivem sob a tutela de famílias classificadas abaixo da linha da pobreza, ou que vivem nas ruas. Há ainda 185 mil animais abandonados ou resgatados por maus-tratos aos cuidados de ONGs e grupos de proteção. Uma situação que mesmo sendo considerada um crime previsto em lei, tende a se acentuar nessa época do ano.

Para combater isso, a Assembleia Legislativa de São Paulo (Alesp) instituiu, em 2021, o Dezembro Verde, tornando a data um marco para quem se importa com a causa animal e para lembrar que atitudes relativamente simples podem transformar

milhares de vidas de cães e gatos do Brasil. Diversas organizações e instituições apoiam a data, entre eles os Conselhos de Medicina Veterinária, mostrando a relevância da iniciativa.

“Adotar um pet é um ato de amor que pode trazer muito carinho, companheirismo e felicidade para as famílias e os lares, porém alguns cuidados são muito importantes e devem ser levados em consideração assim que o interesse pela adoção de um pet despertar”, afirma Roberta Paiva, gerente de marketing de Pet Health da Elanco Saúde Animal, empresa referência no desenvolvimento de soluções para a saúde e a primeira do setor a ter produtos para animais de companhia certificados com o selo de bem-estar animal.

Ela aponta oito passos que contribuem para uma adoção responsável, isto é, aquela que considera o compromisso ético e consciente de cuidar de um animal de estimação de forma adequada, levando em consideração suas necessidades físicas, emocionais e comportamentais. Confira:

1 INFORME-SE. Se você nunca teve um animal de estimação antes, converse com pessoas próximas para compre-

ender suas experiências. Você também pode visitar ONGs e abrigos para entender quais são as demandas e necessidades que envolvem o cuidado de um pet;

2 COMPARTILHE A DECISÃO. A chegada de um novo animal a um lar interfere na rotina de todos. Por isso, caso você viva com outras pessoas, consulte-as para compreender se todas estão dispostas a embarcar nesta nova jornada. Ou seja, mesmo que haja uma divisão de tarefas, eventualmente, é importante que todos na casa estejam preparados para assumir as funções que envolvam o cuidado do novo membro da família;

3 AVALIE A DISPONIBILIDADE DE TEMPO. Você deverá destinar tempo da sua rotina para as interações com o pet além de atenção com os cuidados com a saúde. Por mais tranquilo que seja o pet, ele demandará cuidados diários e também dependerá de você para se exercitar e brincar. Lembre-se: você é o mundo dele;

4 AVALIE O PERFIL COMPORTAMENTAL DO ANIMAL. Busque informações sobre o comportamento do animal com as ONGs ou com os responsáveis pelo pet. As-



sim como nós, os animais têm diferentes perfis. Há os que são mais ativos, os mais calmos, os que aceitam a companhia de outros animais, os que não aceitam, entre muitas outras variáveis. É fundamental que o seu perfil e a sua rotina tenham sinergia com o perfil do animal para que a adoção seja bem-sucedida. Isso é muito mais importante do que avaliar a aparência física do amiguinho!

5 PREPARE UM AMBIENTE ADEQUADO. Oferecer um ambiente seguro e estimulante para o animal é crucial. Isso inclui espaço suficiente, abrigo adequado, brinquedos apropriados e interação social. Se você mora em condomínio e/ou de aluguel, certifique-se das regras. Há proprietários que não aceitam pets, bem como condomínios que também possuem regras mais rígidas sobre a questão;

6 TENHA PACIÊNCIA. A adaptação é um processo que exige tempo e dedicação. Pense como é difícil para você se adaptar ao novo, como uma nova casa, um



momentos dedicados à higiene e aos cuidados com a saúde, atividades que dependerão de você, seja se dedicando, seja procurando apoio profissional, como veterinários, tosadores, creches e passeadores;

8 AVALIE OS CUSTOS. Além das consultas veterinárias, seu novo amiguinho precisará de ração de qualidade, vacinas, banhos periódicos, proteção antiparasitária e outros cuidados médicos quando necessários. Esteja ciente dos gastos envolvidos, lembrando que essas também são encargos de um responsável por cão ou gato.

Desde 2021, a Elanco lidera o “Movimento Adoção de Responsa”, que visa conscientizar as pessoas sobre a importância de realizar uma adoção responsável. “Este movimento faz parte do Pet Pledge, nosso compromisso em levar saúde e bem-estar a milhares de animais ao redor do mundo, via um trabalho contínuo junto a responsáveis por pets e médicos-veterinários”, diz Roberta.



Cavalos atletas

PRECISAM DE CUIDADOS ANTES MESMO DE NASCER

Preparação de futuros campeões começa ainda na gestação, quando a égua deve receber dieta e manejo especiais

Para se obter cavalos com bom potencial atlético, é necessário começar a prepará-lo antes mesmo do nascimento. Na verdade, o trabalho começa na gestação. Essa fase dos equinos é um momento considerado essencial para que o potro expresse todo o seu potencial genético. A prenhez das éguas dura entre 350 e 360 dias e o animal passa por diferentes etapas de mudança corporal e hormonal. Por isso, é necessário garantir dieta e manejo especiais.

Por conta dessas alterações as éguas precisam de uma atenção na alimentação, suplementação e cuidados veterinários, aponta o zootecnista Sigismundo Fassbender, gerente de Produtos Equinos da Guabi Nutrição e Saúde Animal. "A nutrição da mãe, seja ela matriz ou receptora, é essencial durante todo o período gestacional para garantir a expressão gênica desejada, uma vez que qualquer insul-
to nutricional durante



"As consequências de um déficit nutricional durante a gestação vão se expressar no animal ao longo da sua vida, impedindo que alcance 100% do seu potencial genético"

**Sigismundo Fassbender,
Guabi Nutrição e Saúde Animal**

esse período interfere negativamente na vida pós-natal da cria. Por isso, é fundamental que exista um programa voltado a suprir todas as exigências nutricionais das éguas e dos potros", explica. Segundo o especialista, os cuidados asseguram uma troca de nutrientes mais eficiente entre o potro e a égua.

Uma dieta rica em proteína e energia são pontos cruciais para uma gestação saudável. Com uma alimentação balanceada, a produção de leite das éguas também é beneficiada. De acordo com o gerente da Guabi, caso não seja disponibilizada uma dieta que supra as exigências nutricionais, a égua irá parir um potro menor, que terá seu desenvolvimento comprometido. "As consequências de um déficit nutricional durante a gestação vão se expressar no animal ao longo da sua vida, impedindo que alcance 100% do seu potencial genético. Isso significa que ele não terá um bom desenvolvimento dos tendões, ossos e músculos", alerta.

"A premissa básica para alcançar o desenvolvimento esperado na gestação é

o balanceamento e fornecimento adequado de todos os nutrientes", revela. O zootecnista ainda destaca que as éguas precisam ter acesso a uma alimentação com forragem e água de boa qualidade à vontade, sendo complementada com ração específica para a categoria e de preferência apenas com minerais orgânicos. "Sabemos que o uso de uma suplementação com minerais orgânicos, probióticos e prebióticos tem uma contribuição significativa para o desenvolvimento fetal", ressalta.

A linha de produtos GuabiTech oferece os nutrientes específicos que auxiliam os criadores nessa fase da chamada programação fetal dos equinos. A GuabiTechCare é uma ração com alto teor de proteína digestível, voltada para éguas no início e final da gestação, éguas lactantes e potros. Já o GuabiTech Energy Pro 20 é um suplemento mineral proteico e energético indicado para todas as idades. Ambos os produtos são enriquecidos com alta inclusão de probiótico e prebiótico, além de 100% dos microminerais orgânicos.

Clavaseptin® P e Marbocyl® P

SÃO SOLUÇÕES DA VETOQUINOL PARA INFECÇÕES BACTERIANAS

Produtos são antibióticos potentes que tratam doenças causadas por bactérias em cães e gatos

A Vetoquinol Saúde Animal, oitava maior indústria de saúde animal do mundo, apresentou, durante o congresso Dermato In Rio – Edição Retrô, realizado em novembro, em Florianópolis (SC), duas soluções voltadas ao tratamento de importantes infecções bacterianas que afetam os pets. Jaime Dias, médico veterinário e gerente técnico e de marketing de animais de companhia da Vetoquinol, explica que foram escolhidos dois produtos extremamente eficazes, que tratam e recuperam a saúde de pets acometidos por esse tipo de infecção.

As soluções apresentadas foram Clavaseptin® P e Marbocyl® P – dois antibióticos potentes no tratamento de relevantes bactérias que acometem a saúde dermatológica, respiratória e do trato urinário de cães e gatos. Clavaseptin® P foi desenvolvido à base de amoxicilina e ácido clavulânico, e recebeu o selo Easyto Give, devido à alta palatabili-



dade de seus comprimidos em um delicioso sabor fígado, o que torna mais fácil sua administração e a adesão dos tutores, possibilitando maior facilidade na realização do tratamento prescrito.

"Contamos também em nosso portfólio com o Marbocyl P, um antibiótico moderno, eficaz e palatável, à base de marbofloxacina, que pode ser utilizado quando necessário, por um período de até 40 dias, indo de encontro principalmente ao tratamento da piodermite, um dos principais temas discutidos nos encontros de especialistas", explica o gerente. Assim como o Clavaseptin® P se destaca pelo selo Easyto Give, o Marbocyl® P se diferencia no mercado por ser o único produto à base de marbofloxacina indicada para gatos.

A Vetoquinol é uma empresa francesa e completou 90 anos de fundação em 2023. Foi criada por Joseph Frechin, em 1933, em uma farmácia na cidade de Lure, na França, próxima às fronteiras com a Suíça e Alemanha. Com espírito empreendedor, Frechin



começou a usar as propriedades antissépticas da oxiquinolona para tratar animais. O remédio se tornou famoso e ficou conhecido como "Vétoquinol". Daí a origem do nome. A companhia é comandada hoje por Matthieu Frechin, neto do fundador.



Distribuição na Via Digital

Como atuar bem nas relações, nos processos comerciais e alavancar os negócios. Facilidade e agilidade são determinantes



Muito tem se falado de como o processo de digitalização vem impactando as atividades no 'dentro da porteira'. Entre as tecnologias, pode-se destacar a adoção de softwares de gestão agrônômica, que permitem monitoramento e controle das operações, a utilização de máquinas embarcadas com telemetria gerando maior eficiência operacional, além das tecnologias e dos sensores que facilitam a coleta e tomada de decisão no nível de gerenciamento das propriedades. Todas essas soluções estão posicionadas para atendimento das demandas dos agricultores,

ora visando incrementos de produtividade, ora redução nos custos de produção, influenciando diretamente nas margens dos negócios. Por outro lado, no 'antes da porteira', a digitalização também tem alavancado as atividades na distribuição. Apesar do impacto em diferentes esferas do negócio, destacam-se as transformações dentro da perspectiva comercial, trazendo benefícios às equipes de vendas e de suporte. Dessa forma, o digital tende a otimizar a rotina tanto de representantes e consultores que estão no campo prospectando oportunidades de negócio, como

a de gerentes e executivos, que buscam definir os melhores caminhos para aumento de participação no mercado e atingimento dos objetivos delineados em seus planos estratégicos.

O caso da Farmer Business Network (FBN) nos Estados Unidos tangibiliza como o digital tem acarretado em mudanças no ambiente de negócios de insumos. A rede de agricultores, criada em 2014 com objetivo de melhorar a performance das fazendas via compartilhamento de informações, hoje transformou-se em uma poderosa ferramenta de benchmarking

para compra de insumos e definição de manejo. Usando inteligência artificial, baseada em dados públicos e de sua própria base, a organização criou o assistente virtual 'Norm' para responder questões dos agricultores e consultores, relacionadas a aspectos técnicos sobre insumos e manejo, condições climáticas, além de informações comerciais (disponibilidade de produtos nos distribuidores parceiros, por exemplo). Assim, para organizar as transformações e os investimentos dos canais de distribuição na área comercial, utilizamos a perspectiva do ciclo de vendas, destacando algumas tendências.

No pré-venda é percebido o aumento da quantidade e profundidade de dados e informações que são geradas, capturadas e obtidas sobre e junto aos clientes. Isso possibilita um melhor diagnóstico de suas dores, além do entendimento do perfil de compra e de tomada de decisão, permitindo a customização da oferta. Na execução da venda podemos destacar a automatização dos processos (emissão dos pedidos e faturamento, por exemplo) gerando fluidez na comunicação, relacionamento e interface entre vendedor-cliente e vendedor-equipe de suporte. Ao mesmo tempo, isso aumenta a exigência do papel consultivo do vendedor para o posicionamento de ofertas mais complexas e orientadas ao perfil específico do cliente. Por fim, no pós-venda notamos o aumento da demanda por maiores esforços de fidelização e aumento dos pontos de contato com os clientes, dado o cenário de competição e consolidação no segmento. Da mesma forma, há um crescimento do ferramental para antecipação

das necessidades e interações em pós-venda de forma proativa. Essas tendências têm movimentado a distribuição a adotar ferramentas digitais de variadas categorias, as quais suportam o processo comercial em diferentes etapas, atendimento usuários distintos e com maior ou menor nível de especialização dentro do agronegócio.

Analisando as relações e interfaces comerciais dentro do setor, perceberemos a configuração de quatro principais agrupamentos de ferramentas e aplicações digitais:

CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)

Softwares dedicados ao planejamento e à gestão da rotina comercial, que têm seu foco nas interações

DEFINIÇÃO

Softwares de planejamento e gestão da rotina comercial, com foco nas interações e gestão do relacionamento com clientes.

PRINCIPAIS FUNCIONALIDADES

- # Cadastro do cliente e de informações da fazenda
- # Planejamento de visitas e interações
- # Construção de planos de ação
- # Acompanhamento orçado vs realizado

BENEFÍCIOS

- # Efetividade da força de vendas
- # Ampliação conhecimento sobre cliente/mercado
- # Otimização do tempo da equipe
- # Suporte à gestão de careira

ções e na gestão do relacionamento com os clientes. Dentre as principais funcionalidades dessa categoria estão o cadastro de clientes e de informações da fazenda, o planejamento comercial de visitas e interações, a construção de planos de ação, além do acompanhamento dos objetivos e metas pré-definidos.

ERP (ENTERPRISE RESOURCE PLANNING)

DEFINIÇÃO

Softwares de gerenciamento e processos de negócios, englobando desde atividades de suprimentos até expedição, logística e pós-venda.

PRINCIPAIS FUNCIONALIDADES

- # Planejamento financeiro
- # Precificação de produtos
- # Gestão do estoque
- # Emissão de notas fiscais e faturamento
- # Gestão de contratos

BENEFÍCIOS

- # Automatização de processos
- # Transparência de informação
- # Facilitação da comunicação e dos fluxos entre diferentes áreas

Softwares para gestão de recursos e processos, suportando diferentes áreas do negócio (suprimentos, recursos humanos, financeiro, jurídico e comercial), facilitando os fluxos de comunicação, informação e produtos/serviços. As atividades básicas contempladas nesse tipo de ferramenta estão atreladas ao planejamento financeiro, precificação de produtos, gestão de estoque e contratos, além da emissão de notas e faturamento de pedidos.

DADOS & PREVISÕES

DEFINIÇÃO

Ferramentas de processamento, tratamento e visualização de dados.

PRINCIPAIS FUNCIONALIDADES

- # Armazenamento de dados e informações
- # Integração de dados: CRM, ERP e outros
- # Construção de análises e modelos - gráficos, tabelas e dashboards

BENEFÍCIOS

- # Visualização dos dados, permitindo insights e decisões
- # Consolidação de inteligência competitiva
- # Construção de modelagens/previsões

Softwares com objetivos de coletar, tratar, processar e armazenar informações, além de criar diferentes formatos de análise e visualização. Geralmente, são alimentados por fontes diversas (como CRM, ERP e outras fontes de dados), permitindo a criação de tabelas, gráficos e modelos matemáticos para obtenção de insights.

ESPECIALIZADAS

A categoria abrange soluções que apoiam etapas específicas da jornada de vendas, estando orientadas para atividades de suporte (logística, financeiro e regulatório), manejo agrícola e até mesmo na gestão de relacionamento, bonificação e comunicação.

DEFINIÇÃO

Soluções digitais especializadas para atividades do ciclo comercial ou de gestão de recursos.

PRINCIPAIS FUNCIONALIDADES

- # Gestão de benefícios
- # Digitalização de documentos
- # Definição de rotas logísticas e acompanhamento
- # Medição de áreas e obtenção de mapas

BENEFÍCIOS

- # Transparência nas políticas comerciais
- # Agilidade e automação
- # Otimização da logística/entrega
- # Assertividade nas recomendações de manejo

Muitas dessas soluções atuam de forma complementar dentro da vi-

são sistêmica de digitalização dos processos. Há, por exemplo, uma integração das ferramentas de CRM junto às de Dados & Previsões, configurando um ciclo de alimentação e retroalimentação. Assim, a equipe comercial insere os inputs sobre clientes, mercado, concorrentes em sua interface do CRM. Tais informações são disponibilizadas para os times de Marketing ou Business Intelligence que irão trabalhá-las através das soluções de Dados & Previsões. Com isso, as ferramentas de dados são utilizadas para refinamento da carteira de clientes dos representantes de vendas, bem como para melhoria na definição de suas metas e objetivos. Esse é um dos exemplos de como estas ferramentas se conectam e podem trazer benefícios para um distribuidor orientado para uma cultura de dados.

Dentro da visão dos principais benefícios de utilização das ferramentas digitais ao longo do processo de vendas, a facilidade e agilidade são fatores determinantes. O uso adequado dessas soluções tem permitido maior dinamicidade no atendimento, redução na perda de tempo com esforços analógicos, ao passo que centralizam as informações do negócio e sobre o cliente, permitindo maior visibilidade de suas características e necessidades. Como consequência, é possível realizar um posicionamento mais assertivo da oferta de produtos e serviços, gerando efetividade comercial. Apesar da configuração de um cenário bastante propício e otimista frente aos benefícios entregues pelas soluções digitais apresentadas, ainda existem desafios a serem superados, de modo a se aumentar sua ado-

ção e percepção de valor por parte dos principais usuários. O primeiro ponto de atenção se refere à dificuldade de obtenção de informações atualizadas, uma vez que as ferramentas precisam de conexão com internet para sincronização e o acesso à rede ainda é bastante limitado em determinadas regiões rurais do território brasileiro. Somado a isso, algumas frustrações estão atreladas à lentidão, bugs e falta de integração entre plataformas, ou seja, problemas sistêmicos que interrompem, dificultam ou impossibilitam a execução do processo no momento adequado.

Finalmente, a falta de dinamicidade e de uma interface adequada ao perfil do usuário também configuram pontos de dor, gerando dificuldades de compreensão sobre o funcionamento, redundância de etapas e retrabalho para as equipes. Todavia, ainda existe um universo de oportunidades a serem exploradas via digitalização, que podem estar no 'roadmap' dos distribuidores na visão dos próximos passos em direção à revenda orientada ao digital. Dentro dessa visão, a digitalização da comunicação e relacionamento com os produtores é uma aposta forte dentro do segmento, dada a demanda por aumento dos pontos de contato com cliente, transparência de informações, além da maior propensão das novas gerações à utilização das ferramentas digitais para acessar informações e se comunicar. Nesse sentido, os 'apps' do produtor ganham relevância, com funcionalidades como: acesso ao catálogo e cotação de produtos, verificação de notas fiscais e contas a receber, além da própria realização de agendamentos de visitas e chamados técnicos. Por outro lado, também surgem oportunidades frente



à gestão interna e de operações, relacionadas, por exemplo, à avaliação de risco de cliente para oferta de crédito (score do cliente e potencial da propriedade), roteirização e melhoria na eficiência de entregas, além da gestão de contratos junto aos cliente e fornecedores. Novos canais baseados no digital fazem parte da pauta dos movimentos, seja através de e-commerce 's próprios ou integração à marketplaces de terceiros.

Por fim, a inteligência artificial pode se tornar uma aliada dos distribuidores que estiverem preparados, com uma cultura digital e orientada a dados bem estabelecida. Com a integração de dados históricos do comportamento de compra dos clientes, variáveis climáticas e dados públicos sobre regiões e cultivos, há um caminho desenhado em direção a prescrições, estimativas e diagnósticos mais efetivos sobre cliente e mercado, aprimor-

ando a visão de médio e longo prazo do negócio e permitindo decisões mais embasadas e assertivas a nível estratégico e tático-operacional. **AR**

Vitor Marques

Consultor Associado markestrat group.

Tassia Gerbasi

Sócia markestrat group.

Lucas Sciencia do Prado

Sócio Sênior 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



O Desafio de Atrair e Reter Talentos

Atuando com Mentes, Corações e Bolsos



Podemos começar a abordagem desse assunto com uma constatação multissetorial e mesmo global: em muitos mercados, em especial no Brasil e no Agro, faltam talentos. Uma parte do desafio está no crescimento do setor, que com seu desenvolvimento e expansão em tipos de negócios e geografia, não é acompanhado pela capacidade do mercado em formar e desenvolver talentos. Outro está, infelizmente, também na qualidade da mão de obra disponível para as mais diferentes

funções e atividades. Seja na área comercial, na área técnica, como nas áreas de gestão e estratégia, a maioria das empresas estão lidando com o desafio de atrair, reter, formar e desenvolver pessoas. Esse fato acaba gerando uma concorrência por 'pessoas', dada a realidade da oferta & demanda, sobem os custos e acirra-se a competição por esses talentos. Entretanto, uma segunda constatação, é que a rotatividade, principalmente nas áreas comerciais, está muito elevada nas empresas

que atuam com insumos agrícolas no Brasil, sejam indústrias fornecedoras, seja agro distribuidores – como revendas e cooperativas, e mesmo empresas de serviços, startups, entre outras. Atuando na consultoria e tendo a oportunidade de estar com várias empresas e pessoas, temos tentado entender esses desafios e alguns motivos para a alta rotatividade de profissionais no setor, além das dificuldades de retenção que muitas empresas, principalmente as de rápido crescimento, estão enfrentando.

Para resumir a história, nossa singela conclusão é que as empresas e suas políticas de gestão de pessoas não estão conseguindo equilibrar 'mentes, corações e bolsos'! A começar pelo bolso, muitas das empresas que têm atraído profissionais com pacotes de benefícios atrativos ainda continuam enfrentando rotatividade e elevando seus custos. Então, a conclusão inicial é que 'apenas pagar bem' não resolve! Está faltando algum tempero a mais nessa fórmula de retenção. É aqui que entram os corações e mentes. Por mente, entendendo as características objetivas do papel, da função e do pragmatismo em definir e comunicar efetivamente para os colaboradores (novos e atuais) suas funções, responsabilidades, metas e realizações que se espera dos ocupantes dos mais variados cargos nas empresas. Também conseguir integrar com sistemas de gestão e alinhamento, como cada colaborador deve relacionar sua função com os objetivos estratégicos da empresa.

Mas ainda assim, talvez, o maior desafio esteja no coração, que envolve o alinhamento de valores e propósito dos colaboradores com a empresa, seu modelo de negócios, produtos e serviços, e sua lealdade aos princípios pessoais que devem ser compatíveis com os valores corporativos. Por fim, uns dos temas mais relevantes é o compromisso e a capacidade de orientar as ações das pessoas para atender da melhor maneira possível as necessidades dos clientes.



CAPTURANDO A ATENÇÃO E O COMPROMETIMENTO DA SUA EQUIPE

Podemos iniciar nossa busca pela questão mais racional e objetiva do processo de gestão de talentos: conquistar as 'mentes' dos colaboradores, para que elas possam entender de fato onde estão alocados, para que estão alocados, o que se espera deles, o que eles podem esperar dos outros e da empresa, bem como um entendimento mais 'racional' do propósito empresarial do negócio, suas estratégias, seus objetivos, processos chave e as ferramentas de gestão que terão a disposição para fazer o que tem que ser feito – executar suas funções para atingir os objetivos. Pode parecer simples e óbvio, mas me ariscaria a dizer que não é. Encontramos muitas pessoas nas empresas as quais já desenvolvemos alguma atividade que não tem clareza das estratégias, ou não acreditam nela ou simplesmente nunca receberam uma comunicação formal. Até a falta simples de ter uma descrição de cargos objetiva e uma 'listinha' de papéis e responsabilidades por hora é realidade em várias empresas, inclusive multinacionais.

Vamos então começar por quebrar um paradigma. Não é porque uma empresa é grande que ela tem um processo de gestão sempre bom e consegue conquistar mentes, corações e bolsos. Entender esses caminhos e procurar pontos de melhorias pode ser alcançado por qualquer empresa, independentemente do tamanho, segmento, estratégia, desde que tenha claro que sem as pessoas corretas, sua estratégia simplesmente não será

implementada. Fica aqui uma sugestão de alguns temas para sua empresa avaliar e buscar melhorias para conquistar as mentes dos seus colaboradores:

- Comece a avaliar oportunidades de melhorias no processo seletivo, de integração e de envolvimento dos novatos desde o primeiro dia.
- Comunique e formalize os papéis e as responsabilidades, processos chave e indicadores de performance. Alinhe as expectativas e dirima eventuais questionamentos.
- Sejam novos colaboradores ou promoções, deve-se avaliar também o potencial de desenvolvimento. Para isso, ter ferramentas de compartilhar conhecimento, planos de capacitação e de desenvolvimento individual pode acelerar o processo e mesmo ser determinante para o sucesso da jornada.
- A liderança tem papel fundamental, tanto formal quanto informal, de guiar, cobrar, orientar, desenvolver e dar feedbacks que direcionem o desenvolvimento das equipes.
- Dadas as mudanças do ambiente competitivo, sempre que possível, realize workshops de planejamento, reuniões de equipes, convenções e outros tipos de interações que envolva a equipe na estratégia, ajuda a dar sentido e alinhar onde a organização quer chegar e como as equipes devem atuar.
- Não esqueça da comunicação, comunicação, comunicação. Sem isso, nenhum dos temas acima será executado e implementado de maneira efetiva. Esses são apenas

alguns exemplos de temas que devem ser considerados pelas empresas para conquistar as mentes dos seus colaboradores e seu comprometimento. Uma vez que você já tenha entendido que conquistar as mentes da equipe é importante para atrair e reter bons profissionais, ataque o coração!

DESPERTANDO A PAIXÃO DO COLABORADOR PELA SUA EMPRESA



Conquistar corações é o pilar mais "soft" (e não trivial) e intangível do processo de gestão, e por muitas vezes alguns processos informais contribuem tanto quanto os formais para conquistar corações. Isso implica que precisa haver um alinhamento de valores e propósito dos colaboradores com a empresa, seu modelo de negócios, produtos e serviços, e sua lealdade aos princípios pessoais que devem ser compatíveis com os valores corporativos. Esse alinhamento de valores pode começar a existir logo na seleção, caso as pessoas se identifiquem com a empresa, seu propósito e modo de atuação, mas também o ambiente de trabalho e as relações com a liderança e os demais colaboradores têm também um papel fundamental nesse processo. Imagine um colaborador recém-chegado, que lá no cafezinho, ao conversar com outros colaboradores, escutar boas histórias, feitos, superação de desafios, casos de sucesso etc. Eventualmente, ele também pode escutar reclamações, problemas internos, crises de liderança e eventuais feitos 'não muito corretos' ocorrendo. Tudo isso vai

colaborar para integração dos valores e formação da cultura, e rapidamente sinaliza se essa pessoa aceitará ou não se integrar ao novo ambiente e à nova cultura à qual está sendo apresentado.

Não existe uma fórmula única para avançar nesse processo, mas alguns rituais, iniciativas e estratégias têm dado resultado nesses anos de observação e consultorias:

- Implementar alguns rituais, formais ou não, colabora para a manutenção de uma cultura e um processo de integração e formação de valores comuns. Há que se considerar que existe também um processo de acolhimento dos colaboradores atuais para com os novos, como saídas, festinhas, eventos privados e uma série de interações informais que também são muito relevantes para que os novatos se 'sintam em casa'.

- Para as empresas que entendem que formar gente é importante, essa é uma oportunidade de pegar uma 'folha em branco' e ajudar a escrever. Jovens em geral estão mais abertos a mudanças, ao novo. Então, testá-los em diferentes funções, incentivar a resolução de problemas, formar grupos de trabalho e moldar uma cultura de resultados tem um papel fundamental nesse processo. Tenha em mente que os vínculos emocionais e os corações de colaboradores que são formados na empresa e ali se desenvolvem e alcançam posições relevantes são extremamente fortes, mas toma tempo!

- Considerar também novatos chegados já em posições atuais, que não envolva a formação interna também é necessário, pois isso traz diversidade, possibilidade de nova oxigenação, compartilhamento de experiências etc. Dado que essas pessoas já chegam com opiniões e eventuais vícios, integrar coração e mente desses colaboradores envolve um processo diferente, que demanda também comunicação, liderança e acolhimento com rituais específicos e conversas maduras. Assim, tanto do ponto de vista conceitual e prático, percebe-se claramente que quando as pessoas estão mais bem integradas à cultura e seus valores, propósitos e estilos de vida, estão alinhados com o da organização, elas convivem melhor com seus pares, e possuem um forte compromisso para atender o propósito organizacional e as necessidades dos clientes. Quando sua empresa já capturou corações por meio de vínculos emocionais e pessoais, que em várias situações podem inclusive equilibrar eventuais deficiências do pilar 'bolso', que exploraremos a seguir.



DESENVOLVENDO ATRATIVIDADE COM BOAS POLÍTICAS

Apesar de não estarmos dando uma sequência ou ordem, assumindo que já se conseguiu ter processos para se conquistar a mente dos colaboradores, e buscou-se práticas e ritos para termos o coração, com alinhamento de valores e propósito dos colaboradores com a empresa, não podemos subestimar e deixar de entender que esse tripé estratégico que mantém as pessoas em uma determinada atividade de trabalho só se equilibra se

também conquistarmos o bolso! Muito se brinca de que o 'bolso é a parte do Homem que mais dói'. De fato, todos precisamos ganhar merecidamente nosso dinheiro, pagar nossas contas, satisfazer necessidades e, se possível, também poupar e acumular alguma reserva. Entretanto, assim como os demais pilares (coração e mente), conquistar apenas o bolso das pessoas não é suficiente para atrair e manter as pessoas. Naturalmente, existem situações específicas, seja por uma deficiência de oferta de mão de obra em uma região ou especialidade, seja por querer atrair um profissional específico, onde uma empresa poderá usar o bolso como atrativo, mas a retenção continuará dependendo de como se integra o coração e a mente desse colaborador à sua organização. Assim, conquistar o bolso também tem seus desafios, pois pode não apenas envolver o quanto se paga, mas o como se paga e os componentes de uma política de remuneração e incentivos atrativa.

- Primeiro, é preciso entender que

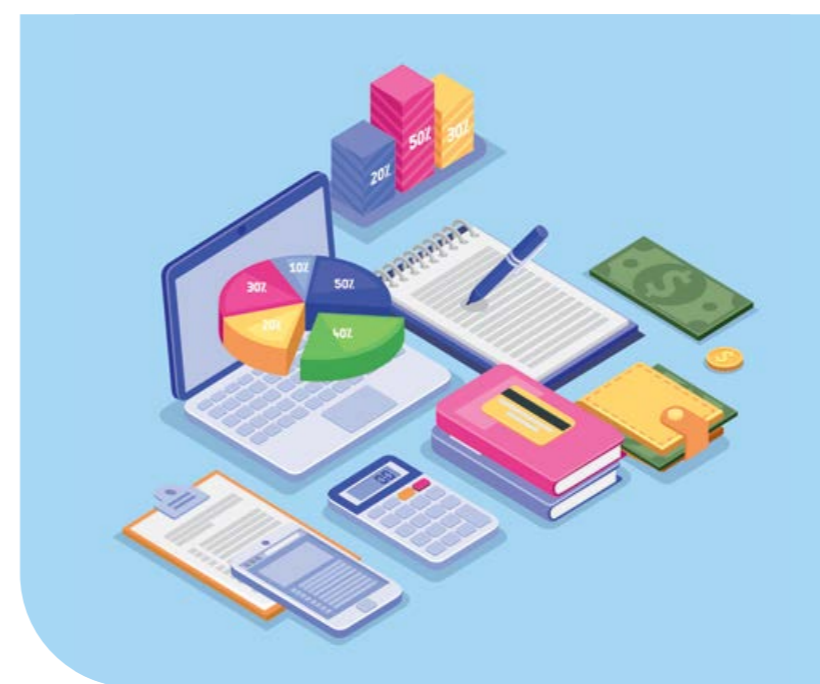
há algumas funções ou perfis de profissionais que são mais aderentes à remuneração com componente fixo mais elevado, e outras que o componente variável é mais agressivo. Isso varia por função, nível hierárquico, relevância estratégica, mas também ciclo de vida das pessoas e eventuais aspectos conjunturais. Aqui, é importante ter um bom conhecimento da estrutura organizacional, e avaliação de perfil de colaboradores, principalmente na seleção e promoção.

- Uma vez que é quase certo que, sem uma política de remuneração variável, sua empresa ficará pouco atrativa, é essencial desenvolver mecanismos e critérios de avaliação que considerem a natureza de diferentes funções na política de remuneração variável, bem como a escala que isso pode alcançar, a depender da função. Outro ponto relevante é considerar sempre alguma forma de gatilhos baseada no atingimento de metas (corporativas e individuais) e ferramentas de avaliação de desempenho na função.

- Um ponto complementar é que nem todos os componentes do pacote de compensação precisam ser financeiros. Aqui entram aspectos relacionados a benefícios, como plano de saúde, educação e desenvolvimento, reconhecimento e premiações não financeiras, como experiências, viagens etc. Dessa forma, instigamos você a refletir e avaliar sobre as estratégias de atração e retenção que tem adotado na sua empresa. Lembre-se: compatibilizem, direcionem, criem rotinas, arquétipos, experiências e uma comunicação efetiva do que a empresa espera e do que ela pode fazer pelos colaboradores, integrando e conquistando mentes, corações e bolsos para atrair, manter e garantir o desenvolvimento das pessoas e das empresas nos curto e longo prazos. Não há fórmula mágica, mas se você for capaz de desenvolver e integrar iniciativas e políticas dentro desses pilares que abordamos, suas chances de sucesso já serão bem maiores. Pense nisso e bom trabalho! AR

Matheus Alberto Cónsoli
Pesquisador e sócio fundador do markestrat group.

Raphael A. de Castro Pereira
Consultor 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

Comando e Sucessão Empresarial

As estratégias e considerações que marcam a passagem de bastão dentro das corporações



A sucessão empresarial é um tema crítico para qualquer empresa, seja ela uma grande corporação ou um pequeno negócio.

Com o tempo, os líderes e fundadores inevitavelmente precisam considerar quem assumirá o comando no futuro. A passagem do comando para os

sucessores é uma questão complexa, que envolve diversos parâmetros e estratégias, e a decisão de envolver parentes na empresa ou adotar uma abordagem mais voltada para a engenharia empresarial é fundamental para o sucesso desta transição. Nos últimos anos, percebe-se um aumento da preocupação dos fundadores e donos de revendas de insumos agrícolas com a sucessão de seus negócios. No entanto, poucos de fato já passaram pelo processo. Além do mais, segundo dados da pesquisa da Andav (Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários - 2023), em 82% dos distribuidores associados o fundador ainda exerce papel ativo nos negócios. Muitas revendas estão direcionando esforços para a estruturação de um plano de transição que deve contemplar diferentes frentes de trabalho, mas complementares e essenciais para o sucesso do processo:

AVALIAÇÃO DAS NECESSIDADES ORGANIZACIONAIS

Antes de iniciar o processo de sucessão, é crucial realizar uma avaliação completa das metas e necessidades da organização. Isso inclui a identificação de desafios específicos que a empresa enfrenta, como concorrência acirrada, mudanças tecnológicas, expansão em novos mercados ou a busca por diferenciação. Essa análise serve como base para determinar quais habilida-

1

2

DEFINIÇÃO DE COMPORTAMENTOS RELEVANTES

Uma vez identificados os desafios e as metas organizacionais, é importante definir quais comportamentos são relevantes para alcançar esses objetivos. Isso inclui considerar se os comportamentos atuais da equipe estão alinhados com as estratégias da empresa e identificar qualquer comportamento indesejável que precisa ser corrigido. Essa etapa ajuda a criar um perfil claro das competências necessárias nos sucessores.

3

IDENTIFICAÇÃO DE CONHECIMENTOS E HABILIDADES REQUERIDOS

A próxima etapa envolve a identificação específica dos conhecimentos e habilidades necessários para que os sucessores executem os comportamentos definidos na etapa anterior. É importante reconhecer que diferentes funções e cargos podem exigir conjuntos diferentes de competências. Isso pode ser feito por meio de pesquisas, entrevistas organizacionais e análise de dados de recursos humanos. Essa etapa permite uma avaliação precisa das habilidades existentes na equipe e das lacunas que precisam ser preenchidas.

4

PLANEJAMENTO DO TREINAMENTO E SUCESSÃO

O último passo envolve o planejamento detalhado da jornada de capacitação e sucessão. Nesse estágio, o conteúdo do treinamento é elaborado, o orçamento é definido e as decisões sobre instrutores internos ou externos são tomadas. Além

des, conhecimentos e comportamentos serão necessários nos sucessores.



disso, deve-se considerar alternativas ao treinamento, como a inclusão das competências essenciais na gestão de desempenho e os processos de contratação. A decisão de envolver parentes na sucessão empresarial ou adotar uma abordagem mais voltada para a engenharia empresarial depende da situação específica da empresa. A escolha pode ser influenciada por fatores como a disponibilidade de familiares qualificados, o alinhamento com os valores e a visão da empresa e a capacidade de lidar com possíveis desafios emocionais e políticos. Em muitos casos, uma combinação de ambas as abordagens pode ser a mais eficaz. Isso significa identificar parentes que demonstrem as habilidades e competências necessárias e, ao mesmo tempo, implementar estratégias de treinamento e desenvolvimento para prepará-los para assumir papéis de liderança. Em resumo, a passagem do comando para os sucessores é um processo complexo que requer uma abordagem estratégica e cuidadosa. O planejamento detalhado, a avaliação das necessidades organizacionais e a consideração das competências necessárias são cruciais para garantir uma transição

bem-sucedida. A decisão de envolver parentes na sucessão ou adotar uma abordagem mais voltada para a engenharia empresarial deve ser baseada nas necessidades específicas da empresa e nas qualificações dos sucessores em potencial.

AR

Rodolfo Nussio Lumasini

Mestre em Administração e Engenheiro Agrônomo.

Rafaella Pagnano Bocchi

Engenheira Agrônoma e especialista em Governança.

Fabio Matuoka Mizumoto

Doutor em Administração e especialista em empresas familiares.



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



Um negócio do
**GRUPO
PÚBLICO**
PRESEÇA TOTAL NO AGRICULTURA
www.grupopublico.com.br

Palestra Recalculando
Alta performance inspiracional

 (11) 9.9105.2030



Agr^oCoopeRativas

O melhor das Cooperativas Brasileiras

Aurora Coop é o gigante dos suínos no Paraná



nº12
AR102



Gigante dos suínos

Aurora Coop assume planta industrial da Unium

Cooperativa central passa a ter como associadas as cooperativas paranaenses Frísia, Castrolanda e Capal

O terceiro maior grupo agroindustrial de proteína animal do Brasil, a Aurora Coop, assumiu a operação da planta industrial de suínos que pertencia à Unium, empresa formada pelas cooperativas Frísia, Castrolanda e Capal, localizada no município de Castro, no Paraná. A mudança trouxe novidades também na composição da própria Aurora Coop, que passou a ter as três cooperativas no seu quadro de associados. O comunicado da incorporação foi feito pelo presidente da Aurora Coop, Neivor Canton, e pelo vice-presidente, Marcos Antonio Zordan.

Com a transação passam para a propriedade da Aurora Coop as marcas Alegria, Alegria BlackPorke Alegria Porco & Brasa. O Departamento Comercial da Aurora Coop já está fazendo o atendimento dos clientes dessas marcas.

Em junho passado a Aurora Coop havia firmado acordo de intercooperação para a aquisição da unidade industrial de carnes da Unium (Alegria), cuja operação era realizada em conjunto pelas três cooperativas paranaenses. Em setembro a negociação foi aprovada pelo CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) permitindo que, em outubro, a Aurora

Coop assumisse efetivamente o controle operacional da indústria de processamento de carne suína.

Em razão de cláusula de confidencialidade pactuada entre as partes o valor da negociação não foi informado.

A unidade de abate e processamento de suínos de Castro – agora sob controle da Aurora Coop – foi inaugurada em 2015 e tem área total construída de 40 mil m². A capacidade de abate da planta industrial é de 3.500 suínos por dia. A indústria emprega diretamente 1.736 trabalhadores, os quais serão em sua maioria transferidos para a nova propriedade.

Com a aquisição, a Aurora Coop passa a operar oito plantas industriais de suínos e eleva sua capacidade de abate de 28.500 para 32.000 suínos/dia.

A base produtiva a campo que abastece a indústria é formada por 156 produtores que administram 195 empresas rurais.

O mix de produtos gerados por essa planta industrial é formado por cortes in natura, miúdos, defumados, salgados, temperados, linguiças frescas, linguiças cozidas, salame, copa e

fatiados, além de presuntaria. A produção de industrializados é da ordem de 38.569 toneladas/ano e a produção de cortes chega a 47.147 toneladas/ano.

A planta está habilitada para exportação aos mercados da África do Sul, Argentina, Hong Kong, Líbano, Paraguai, Singapura, Ucrânia, Uruguai e Vietnã.

Com a nova unidade incorporada a sua base agroindustrial, a Aurora Coop aumenta em 12% sua capacidade de abate e processamento de suínos que sobe para 32.000 cabeças por dia. O número de empregados diretos cresce 4% para cerca de 44.000.

NOVAS ASSOCIADAS

A aquisição do Frigorífico de Suínos da Unium pela Aurora Coop oportunizou o ingresso das três cooperativas no quadro de associadas da Cooperativa Central Aurora Alimentos (Aurora Coop) que passa, agora, a contar com 14 cooperativas filiadas.

Fundada em 1951, a Castrolanda mantém 2.185 colaboradores diretos e 1.232 empresários rurais cooperados. A área de atuação envolve leite, sementes e grãos (soja, milho,

trigo, cevada), energias renováveis, batatas, suínos e ovinos. Em 2022, a receita operacional bruta fechou em R\$ 7,2 bilhões.

Constituída no ano de 1960, a Capal mantém um quadro social de 3.674 empresários rurais cooperados. A cooperativa mantém 1.093 colaboradores diretos. Atua nos mercados de grãos (soja, milho, trigo, cevada), leite, suínos, café e sementes. A receita operacional bruta do último ano foi de R\$ 4,3 bilhões.

A Frísia foi criada em 1925 com o nome de Sociedade Hollandesa de Laticínios. Atualmente tem 1.045 cooperados. Os colaboradores diretos somam 1.168. A receita operacional bruta anual atingiu R\$ 7,05 bilhões. Os mercados onde a cooperativa atua são nas áreas de leite, sementes e grãos (soja, milho, trigo, cevada), atividade florestal e suínos.

“Com a nova unidade incorporada a sua base agroindustrial, a Aurora Coop aumenta em 12% sua capacidade de abate e processamento de suínos, que sobe para 32.000 cabeças por dia. O número de empregados diretos cresce 4%, para cerca de 44.000.”

COOPERATIVA CENTRAL AURORA ALIMENTOS (AURORA COOP)

Data de fundação	15 de abril de 1969. 54 anos de fundação
Sede	Chapecó (SC)
Posição nacional	Terceiro maior conglomerado industrial do setor de carnes
Liderança	Líder em linguiças frescas. Maior exportador de suínos do Brasil.
Presença	120.000 pontos de vendas. Presente em mais de 50% dos lares brasileiros
Número de empregos diretos	Cerca de 44.000
Número de cooperativas agropecuárias filiadas	14
Base produtiva no campo	Número de famílias rurais produzindo no campo (associadas às 14 cooperativas filiadas): cerca de 82.000.
Processamento industrial	1.200.000 de aves por dia. 32.000 suínos por dia. 1.500.000 litros de leite por dia.
Produtos	Mix com mais de 850 itens em produtos a base de carne, leite, massas e vegetais.



Sede da cooperativa em Arapoti, nos Campos Gerais do Paraná: responsabilidade e transparência com associados

Capal em expansão

Cooperativa com sede em Arapoti (PR) aumenta quadro de associados em 137% em dez anos

Planejamento estratégico elaborado pela diretoria incluiu o trabalho de visitas e convites a produtores locais e a ampliação dos serviços oferecidos

A Capal é uma das mais importantes cooperativas agroindustriais do Paraná e vem experimentando, nos últimos anos, um crescimento expressivo no seu quadro de associados. A cooperativa, que tem sede em Arapoti (PR), conta com 21 filiais presentes em 13

municípios situados nos Campos Gerais do Paraná e no Sudoeste de São Paulo. As unidades da Capal prestam atendimento a mais de 65 municípios

“Agora, a situação é diferente porque adquiero a quantidade adequada direto da cooperativa. O que é bastante vantajoso ao poupar trabalho e economizar na compra.”

Antônio Rosolem, produtor cooperado

mento estratégico elaborado pela diretoria e que inclui o trabalho de visitas e convites a produtores locais e a ampliação dos serviços da cooperativa.

“Em nosso plano, fizemos um mapeamento de todas as áreas em que a Capal está inserida e definimos para onde avançar. E isso envolve os investimentos realizados nos municípios, o que garante mais segurança para o produtor entrar como associado, tendo a certeza de que vamos fornecer todos os insumos necessários para desenvolverem suas atividades, além da assistência técnica, recebimento e comercialização de sua produção de forma segura”, explica Adilson.

Nos últimos anos, o plano de expansão da Capal também foi responsável pelo incremento no quadro de cooperados. Junto à inauguração de novas filiais, pode-se destacar alguns eventos, como a incorporação da COAC (Cooperativa Agropecuária Caete), em Curiúva (PR); a aquisição da in-

dústria cafeeira em Pinhalão (PR), o que resultou em um aumento exponencial de produtores de café entre os cooperados; e a aquisição da Unidade de Beneficiamento de Sementes (UBS), em Wenceslau Braz (PR), ampliando a presença da Capal no mercado de sementes e sendo um atrativo para novos produtores.

“Isso sem falar da intercooperação que fazemos parte junto com outras cooperativas da região. Todos os passos da Capal, desde planejamento até desenvolvimento e execução, são em prol de atender os seus produtores associados, e essa é a essência do cooperativismo”, complementa Adilson.

O cooperado Antônio Rosolem administra 210 hectares de lavoura cafeeira em Carlópolis (PR), região do Norte Pioneiro. Cooperado da Capal há aproximadamente 20 anos, ele relembra as dificuldades que enfrentava antes de se associar à coope-

nos dois estados, totalizando 179 mil hectares de área assistida.

O quadro de associados conta com 3.711 produtores. Comparando com 2013, o número de cooperados aumentou nada menos do que 137%. Ou seja, mais do que dobrou. Por mês, a cooperativa negocia 12 milhões de litros de leite, provenientes de 320 produtores. Também comercializa 31 mil toneladas de suínos vivos ao ano.

Além da relação de responsabilidade e transparência que a Capal assume com os seus cooperados, há fatores pontuais que justificam a entrada significativa de novos associados. O presidente executivo da cooperativa, Adilson Roberto Fuga, cita o planeja-

rativa. “Um dos principais problemas era o de logística, porque comprava os insumos de terceiros, e precisava comprar picado pela dificuldade de estocar todos os produtos na propriedade. Agora, a situação é diferente, porque adquire a quantidade adequada direto pela cooperativa, o que é bastante vantajoso porque poupa trabalho e economiza na hora da compra”, comenta.

Outro ponto que Antônio destaca é o acompanhamento da assistência técnica fornecido pela cooperativa. Segundo o cafeicultor, a sua produtividade aumentou de forma considerável depois das visitas de inspeção dos profissionais da Capal. “Antes não tinha agrônomo para indicar o produto ideal. Hoje, a gente liga para a unidade, o técnico é atencioso, vai até a propriedade, analisa a lavoura, faz as correções e recomenda o produto certo, seja para prevenção ou tratamento de alguma praga. Eu observo que o cooperativismo agregou bastante ao meu resultado”, declara Antônio.

Residente de Taquarituba (SP), onde planta soja, milho, trigo e feijão, o cooperado Airton Pacheco é um exemplo de sucessão familiar no campo. Junto com a irmã Milena, administra a propriedade de 1.400 hectares da família, cuja maior extensão é reservada para o plantio de cana-de-açúcar. Quando resolveu explorar outras culturas, Airton se tornou associado da Capal e permanece há 7 anos.

“Além dos engenheiros agrônomos da assistência técnica, que ajudam muito no dia a dia, o trabalho da cooperativa facilita na negociação dos produtos, é bem organizada quanto à armazenagem e recebimento dos grãos, e são ágeis em toda a questão de logística de insumos, sementes,

“ Nem no meu sonho eu imaginava que chegaria a 700 litros de leite diariamente, e todo o êxito eu atribuo aos veterinários, zootecnistas e aos profissionais da cooperativa.”

Ana Lúcia Camargo, produtora de leite cooperada

adubos e defensivos para não deixar o produtor na mão”, elogia.

A cooperada Ana Lúcia Camargo diz que, antes de aderir ao cooperativismo, produzia 150 litros de leite por dia em sua propriedade em Itararé (SP). Nesse período, ela não recebia acompanhamento de assistência técnica. Depois que se associou à Capal, Ana Lúcia viu sua produção de pecuária leiteira ter um resultado positivo, quatro vezes maior. “Nem no meu sonho eu imaginava que chegaria a 700 litros de leite diariamente, e todo o êxito eu atribuo aos veterinários, zootecnistas e aos profissionais da cooperativa. Sempre me ajudaram no cuidado com as novilhas, aprimoramento genético, na questão de higiene e sanidade das leiteiras e organização dos armários. Eu só tenho elogios.”

Ao lado de sua família, o marido An-

tonio, e o filho, Harold, de 15 anos, Ana Lúcia diz que, juntos, eles pensam para dentro da porteira, e a Capal entra para resolver toda a questão externa, desde a manutenção da propriedade até a comercialização do leite de qualidade. “Cada um faz a sua parte. São várias cabeças pensando juntas com um objetivo em comum, que é o crescimento da produtividade, porque eu acredito que ninguém prospera se estiver sozinho”, opina.

“O começo de um novo ciclo traz a possibilidade de olharmos para trás e entender como chegamos até aqui e de olharmos para a frente para traçar o caminho rumo ao ponto onde queremos chegar. Tudo o que conquistamos foi graças à participação das pessoas que cooperam e trabalham conosco, os caminhantes da nossa jornada rumo ao sucesso”, finaliza Adilson, presidente executivo da Capal.

Cocamar é destaque em ranking das agrocooperativas brasileiras

Cooperativa sediada em Maringá (PR) figura pelo terceiro ano consecutivo como a melhor cooperativa agropecuária do país

A Cocamar Cooperativa Agroindustrial, com sede em Maringá (PR), foi escolhida como a Melhor Cooperativa Agropecuária do Brasil, liderando o ranking de 2023 da Revista IstoÉ Dinheiro, da Editora Três. Foi o terceiro ano seguido em que a cooperativa aparece no topo da premiação e marcou o ano em que a Cocamar completou seis décadas de história. O destacado desempenho em 2022, quando teve faturamento de R\$ 11,1 bilhões (com crescimento de 15% sobre o ano anterior), e os avanços como a abertura de novas fronteiras regionais e aumento da participação de mercado foram alguns dos fatores que pesaram na escolha dos avaliadores.

A Revista IstoÉ Dinheiro elabora todos os anos o ranking As Melhores da

Dinheiro, já em sua 20ª edição, em que destaca as empresas campeãs em 22 setores. Para chegar às vencedoras, a publicação analisou os resultados das 1.000 melhores empresas do Brasil reconhecidas pela capacidade de buscar soluções em inovação e qualidade, recursos humanos, responsabilidade social, governança corporativa e sustentabilidade financeira.

“Tivemos em 2022 um ano muito desafiador e de grandes incertezas, principalmente devido à forte quebra de safra e ainda os reflexos da pandemia na questão logística, mas, com a confiança de nossos milhares de cooperados e ao profissionalismo de uma equipe altamente qualificada, conseguimos avançar”, comenta o presidente executivo Divanir Higino, completando: “Ficamos muito honrados e felizes pelo reconhecimento, pelo

terceiro ano seguido, de melhor cooperativa do Brasil”.

Nos últimos anos, a Cocamar tem sido agraciada com várias outras premiações de destaque, que ressaltam, por exemplo, a qualidade de sua gestão e a reconhecem como uma das melhores organizações para se trabalhar, conforme levantamento da GreatPlaceToWork (GPTW), que reflete o sentimento de seus colaboradores.

Fundada em 1963 e com mais de 19 mil cooperados produtores de soja, milho, trigo, café e laranja e que se dedicam também à pecuária de corte, a Cocamar Cooperativa Agroindustrial, sediada em Maringá (PR), onde está localizado seu parque industrial, possui uma rede de 113 unidades de atendimento distribuídas pelos estados do Paraná, São Paulo, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso e Goiás.



Vista aérea do parque industrial da Cocamar, no Paraná: cooperativa tem unidades também em São Paulo, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso e Goiás

C.Vale investe R\$ 1 bilhão na construção e instalação de esmagadora de soja

Solenidade de inauguração, no aniversário de 60 anos da cooperativa, reuniu seis mil convidados em Palotina, no Oeste do Paraná

Exatas seis décadas depois de ser criada, a cooperativa C.Vale, com sede em Palotina, no Oeste do Paraná, realizou um sonho dos primeiros associados. A cooperativa inaugurou, no dia 7 de novembro, data de seu aniversário, uma esmagadora de soja com capacidade de processamento de 60 mil sacas/dia. O empreendimento ocupa 12 hectares, no complexo agroindustrial da cooperativa, e recebeu mais de R\$ 1 bilhão em investimentos entre 2021 e 2023. É a terceira maior esmagadora do Brasil em plantas industriais de apenas uma linha de produção e a primeira em nível tecnológico. As obras levaram dois anos para ficar prontas e envolveram 1.100 funcionários de 35 empresas.

A solenidade de inauguração reuniu seis mil convidados, entre os quais o governador do Paraná, Ratinho Júnior, grande número de políticos, representantes de entidades, instituições financeiras, fornecedores e clientes do Brasil e do exterior, além de cooperados e funcionários.

O presidente da C.Vale, Alfredo Lang, ressaltou o desejo dos primeiros associados. "Foi assim, sonhando alto, mas com os pés no chão, que erguemos esta esmagadora de soja. Investimos mais de R\$ 1 bilhão para produzirmos farelo de soja com alto teor de proteína e maior rendimento de óleo", afirmou. Ele



Vista aérea do parque industrial da cooperativa em Palotina: gestão da esmagadora será nos padrões da indústria 4.0

explicou que a indústria reúne tecnologias da Bélgica, Suíça, Canadá e Alemanha.

A C.Vale vai fazer a gestão da esmagadora pelos padrões da indústria 4.0, com controle integrado de todas as etapas do processo, desde a chegada dos caminhões ao estacionamento, descarregamento e beneficiamento da soja. "Teremos acesso a indicadores de desempenho em tempo real, com medição da composição da soja na entrada e do óleo, farelo e casca na saída, monitorando índices como umidade e proteína", revelou Lang.

Depois da inauguração, Lang apresentou a estrutura da esmagadora ao governador Ratinho Júnior e a outras lideranças políticas que o acompanhavam. Após a cerimônia, o cantor Daniel se apresentou

aos convidados da C.Vale.

MERCADO GARANTIDO - A nova indústria vai entrar em operação em 2024 para produzir farelo e óleo de soja para fabricação de rações pela própria C.Vale. A cooperativa já acertou a venda da produção excedente para terceiros. Numa etapa posterior, a C.Vale planeja fazer novos investimentos para produzir gorduras industriais, margarina, maionese e até biodiesel.

Para facilitar o acesso ao seu complexo agroindustrial, a C.Vale acertou com o governo do Estado e com o município de Palotina a conclusão de um contorno viário. A cooperativa projeta um fluxo diário de 600 caminhões e carretas, considerando o transporte de soja, rações, frangos e peixes.

Falando de Bichos,
A Plataforma Pet boa pra cachorro,
pra gato, pra aves, pra peixinhos...
E boa mesmo para a sua marca.



Para a sua estratégia de comunicação, fale conosco!

Anderson Siqueira
anderson@publique.com
(11) 9.8863.1675

Renato Leite Jr.
renato@publique.com
(11) 9.8272.9859





Time Grupo Publique e dois executivos do e-agro.

pai para os cachos nascerem bonitos, apaixonado por história, família, fixado em conhecer uma joia da arquitetura do Egito antigo que viu em uma publicação aos oito anos, no porão da casa do tio. E que aprendeu o atalho correto para chegar aos grandes negócios do agro; estar sempre ao lado do produtor rural.



Anderson Siqueira, Agro Vendedor do Grupo Publique: "Energia para conhecer as grandes feiras do Agro Brasil".

No início dos anos 2000, o executivo de uma multinacional colocou o então adulto na parede: "Porque devo entregar minha conta para a sua empresa?". Ele respondeu na lata: "Porque eu conheço o seu cliente".

Palestra Recalculando no Grupo Publique Day

Estamos no verão tropical paulistano de 2024. Calor, umidade, frio, chuva, garoa e vento. Vinte e Oito profissionais sentados em torno de uma mesa, na frente de câmeras, máquinas fotográficas e lap tops. Outros três colegas acompanham pela internet. Todo começo de ano é assim. O Grupo Publique reúne o time para falar rapidamente sobre o passado e gastar tempo com o presente e o futuro. Começava a reunião de planejamento 2024 | 2025.

É o tradicional 'Publique Day', que persegue sempre uma resposta: como criar o que não existe ainda? Atender o cliente, fazer o negócio dele ser ainda mais lucrativo? O Carlão abre a conversa, alertando que 'inovar é prioridade e mudar é necessidade'. A energia relembra a do menino de sete anos que comprou uma réstia de alho por três e vendeu por 35. "Ali, comecei a revelar o árabe que tinha dentro de mim", brincou. E a palestra seguiu lembrando outras ousadias. Concluir o curso de Técnico Agrícola, atuar na empresa de reprodução bovina do Banco Bradesco (PecPlan), vender espaços publicitários para a Revista dos Criadores e criar a Publique, uma agência de publicidade, em 1988. Teve mais. Firmou nome na Pecuária brasileira, levou dois bois para passear na Avenida Paulista, comprou sítio, tornou-se produtor de leite, in-

ventou o 'home office' há mais de dez anos. Escreveu crônicas, que deu origem ao livro 'Andanças', fez trabalho voluntário no Hospital de Clínicas de São Paulo (que hoje mantém, com doações em dinheiro) e se conectou de vez à web. Lançou o Fala Carlão em 2014, no coração do Brasil, e estrutu-



Murilo Trevisan, Agro Diretor de Planejamento do Grupo Publique: "A integração Mídia OFF & ON no Agro tem peculiaridades que demandam nosso foco setorial".

rou novas plataformas digitais, com o Turista Profissional e o Recalculando. Porém, viajou sem parar e descuidou legal do próprio corpo. "A caminhada foi ótima e nunca esqueci de minhas origens, sempre visitando meu pai, minha mãe, irmãos e avós. Dirigindo meu velho Monza ou a cavalo. Mas esqueci de mim e cheguei a pesar 160 quilos", confessou. Com medo de morrer, planejou um processo de emagrecimento de quatro anos e perdeu 80 kg. "Penso que o mundo é dinâmico. E no que eu posso fazer diferente. Tenho 58 anos e estou no game. Contem comigo. Tenho brilho nos olhos e quero vender. Trazer novos negócios para a empresa. O desenho de nosso organograma nunca é definitivo. Quero valorizar cada companheiro que tenho no trabalho, não importa a tarefa que cada um desempenha, desde que faça bem", convida.

Para tanto, ele conta com 'resolvedores digitais, de carne e osso' espalhados pelo Brasil inteiro. São Paulo, Osasco, Ribeirão Preto, Campinas, Uberaba, Mococa, Serra, Uberaba, Natal, Porangaba, Sorocaba, Londrina, Bertioga, Osasco e Santo André. Cérebros e mãos em cinco estados do país. Galera que precisa



Renato Leite, Agro Vendedor do Grupo Publique: "Conhecer os clientes para entregar resultados".

“Criamos opções de capilaridade ao produtor rural de forma direta e por meio de distribuidoras de insumos, cooperativas, trader’s e consultores independentes. Levamos poder de decisão ao agricultor e pecuarista dentro de uma plataforma. E ajudamos na comercialização da safra. Crédito, artigos para infraestrutura, compra de gado, insumos, máquinas e equipamentos”.



Nadege Saad: “A gente quer ser o lugar de atender o Campo”.

provar que ‘em casa de ferreiro o espeto não é de pau’. Time antenado com o que vem pela frente no Agronegócio nacional e internacional. Sabendo que o mundo agrícola e pecuário está apenas no início de uma revolução alucinante. “Somos uma força poderosa para crescer, planejar, criar novos produtos, campanhas para empresas, entidades, bancos, cooperativas, fazendeiros, agricultores, pecuaristas e associações. “A integração Mídia OFF & ON no Agro tem peculiaridades que demandam nosso foco setorial”, cravou Murilo Trevisan, o novo Agro Diretor de Planejamento do Grupo Publique.

A área é um pilar estratégico da Publique 40 Anos. Uma equipe erguida para avançar forte nos negócios. “O legal é que eu era concorrente do Carlão em vendas dentro do segmento e o conheci num evento. Fiquei muito admirado com a energia dele para trabalhar. Quando a gente acertou para atuarmos juntos, fiquei muito feliz. Chego à empresa para somar. Digo que ‘o mato está alto’ e temos muito para alcançar. E não me falta disposição para tanto. Quero andar novamente pelas grandes feiras do Agro Brasil”, garantiu Anderson Siqueira, Agro Vendedor da empresa. “A equipe trabalha com muito esforço para saber e entender como ajudar da melhor forma possível os negócios

dos clientes”, reiterou Renato Leite, outro Agro Vendedor da Publique.

Os dois entram para a equipe que vai perseguir muito mais para clientes, parceiros, resultados e sonhos. Sonhados por Renato, Nataly, Ana, Eder, Fany, Cairo, Felipe, Julio, José Carlos, Marco Aurélio, Marcia, Priscila, Paulo, Adriana, Gutche, Murilo, João, Leandro, Lavínia, Roberto, Anderson, Thainá, Riba, Anna, Mylene e Pedro. Mentas espalhadas pelo país. Gerações de cabelos brancos, brincos, tatuagens, música, criação, temperamentos, gostos, sonhos e aspirações mil. Os companheiros ‘das antigas’ do Carlão são o Gutche, Diretor de Criação, e a Priscila, Diretora de Atendimento. Ambos, com mais de vinte e dois anos de casa.

E mais reforços virão, em todas as áreas. Desde que creiam nos mantras da empresa: alta performance, inconformismo com a média, fazer tudo com tesão, errar erros novos, saber que informação é importante, mas requer relacionamento. “Tenho orgulho de ainda trazer nas mãos os calos provocados pelo trabalho na roça. E, atualmente, um prazer imenso em viver uma nova fase de vida. Ele lembra Paulo Herrmann, que vive dizendo; “Se o segmento fosse uma temporada de

Fórmula-1(23 etapas), o Agronegócio está apenas na volta de apresentação da primeira prova. E conhecemos bem nossas responsabilidades. Passa por investir, ir atrás de profissionais que entregam, entender o cliente e ter uma “puta ideia” para ofertar a cada um deles. E manter as portas abertas para outras várias “putas ideias”. Vamos crescer o nosso negócio, todos juntos. O Agro é o lugar!”, afirmou Carlão com brilho nos olhos.

O dia prosseguiu com a reafirmação das atividades desempenhadas pelos integrantes do time. Todos enfatizando a crença de que o resultado vem com a soma dos pequenos esforços constantes.

Executivos do e-agro Bradesco participam do Grupo Publique Day

No início da tarde, as equipes receberam a visita de dois executivos do e-agro, a plataforma do Grupo Bradesco, um dos maiores parceiros do Grupo Publique, que oferece atuação digital ao produtor rural, disponibilizando produtos e operações de crédito do banco e de parceiros de forma rápida, segura, tudo feito de maneira 100% online pelo portal ou aplicativo próprio.

Participaram do Publique Day, a agrônoma Nadege Saad, Head de Agribusiness do e-agro e Klaus Apolinário, Cientista da Computação, que é o Gerente Líder de Produtos de Inovação no Bradesco.

Olha o que a Nadege comentou durante o evento: “Criamos opções de capilaridade ao produtor rural de forma direta e por meio de distribuidoras de insumos, cooperativas, trader’s e consultores independentes. Levamos poder de decisão ao agricultor e pecuarista dentro de uma plataforma. E ajudamos na comercialização da safra. Crédito, artigos para infraestrutura, compra de gado, insumos, máquinas e equipamentos”.

“É uma plataforma digital com ofertas personalizadas construídas pela inteligência artificial, conectada a cada demanda no Brasil inteiro e consultoria on-line 24 horas”, reforçou Klaus.


Os dois informaram que o negócio iniciou há três anos e a primeira Cédula (CPR) 100% digital, com aprovação em 24 horas, foi lançada no Show Rural Coopavel, em Cascavel, no ano passado. O grosso das operações iniciou

em agosto de 2023 e já soma R\$ 500 milhões em crédito, em 385 operações. “Desejamos servir a Agricultura, ajudar a cadeia a sofrer menos e ter mais vantagens. Temos no país 2,5 milhões de produtores rurais estruturados, com 200 hectares para cima. 900 mil já operaram com o Bradesco, o banco é o número um do mercado de crédito privado, com R\$ 101,7 bilhões em 2022, além de maior repassador do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e presença extensiva no Brasil”, detalhou Nadege.

“Cerca de 400 mil empreendedores rurais tem R\$ 54 bilhões de crédito pré-aprovado. Nosso objetivo é chegar ao produtor de várias formas, com jornada simplificada, até oito passos numa CPR. Já registramos uma CPR de R\$ 6 milhões em um dia. Queremos expandir a base de atuação usando parceiros como garantia e monitoramento. O alvo é formado de médios e pequenos produtores. E sabemos por meio de pesquisas que o produtor brasileiro usa os caminhos digitais”, esmiuçou Klaus.

O e-agro é capaz, ainda, de armar detalhes da fazenda, como o

número de embalagens de defensivos agrícolas descartados em um mês, quantas sacas saíram da boca da colheitadeira e quantas chegaram ao armazém. Mas a evolução será contínua. “O e-agro nunca vai parar de se transformar. Nosso sonho é a simplicidade no aplicativo. E os desafios são a conectividade, o emprego qualificado no campo, uso da tecnologia, oferecer valor e controle sobre o negócio. Dados para gestão. Aumentar as parcerias com empresas do mercado para georeferenciamento, análise ambiental, etc. Com chat para atender diretamente as dúvidas do produtor. Tem muito caminho pela frente, mas a ideia central é atender cada vez mais o campo. A gente quer ser esse lugar. E atuar em comunicação, como a que a Publique proporciona, é bastante importante”, arrematou Nadege Saad.

“Vamos crescer os nossos negócios atuando juntos. Estamos no lugar certo e na hora certa. Confio na soma dos pequenos esforços, constantes e diários, da nossa equipe, da equipe de nossos parceiros e tudo isso está à disposição dos nossos clientes”, acrescentou Carlão. 

“É uma plataforma digital com ofertas personalizadas construídas pela inteligência artificial, conectada a cada demanda, no Brasil inteiro e consultoria on-line 24 horas. Desejamos servir a Agricultura, ajudar a cadeia a sofrer menos e ter mais vantagens. Temos no país 2,5 milhões de produtores rurais estruturados, com 200 hectares para cima”.



Klaus Apolinário: “As operações já somam R\$ 500 milhões em crédito”.

Biológicos avançam e impulsionam grandes projetos

São Paulo, Paraná e Minas Gerais lideram ranking de estados que mais utilizam bioinsumos em fábricas



Plantação protegida

O mercado de insumos agrícolas biológicos assistiu a um aumento de vendas de 67% em um ano (safra 2021 – 2022 | Farm Trak da Kynetec) e em 2023 foi responsável pelo registro de 15 novas tecnologias, segundo o Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA). Os bioinsumos são

microrganismos usados para combater pragas, insetos e fungos. E substituem gradativamente os defensivos químicos, com estímulo até da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO), como fator relevante para solução da crise global de alimentos a longo prazo.

O setor tem passado por um crescimento considerável, consistente e recente, que especialistas apontam estar relacionado ao 'momento de experimentação' de produtores. Seja por motivos ecossustentáveis ou econômicos, a procura por soluções que usem agentes biológicos

ao invés de químicos para proteger lavouras tem aumentado. Obviamente, outros setores têm aproveitado essa expansão, entre eles o da engenharia. "As aplicações de biológicos na agricultura são diversas. Temos no mercado produtos usados como biofungicidas, bionemáticas, bioinseticidas promotores de crescimento, entre outros. Os bons resultados atraem cada dia mais produtores", comenta o engenheiro de bioprocessos Eduardo Leite.

O Brasil conta hoje com mais de 100 matrizes fabricantes de bioinsumos registradas, com busca por novos produtos sempre priorizando a eficiência no campo. São Paulo lidera o ranking com 47, seguido pelo Paraná com 18 e Minas Gerais com 13. E é também nesses estados que outro mercado relacionado tem mostrado significativo crescimento: o de engenharia. Projetos que levam em consideração o uso de agentes biológicos têm sido mais frequentes. "Já desenvolvemos muitos layouts industriais em áreas como fertilizantes e defensivos químicos. É relativamente recente, mas significativa, a busca por projetos pensados para fábricas que utilizam agentes biológicos", reforça José Carlos Gerolin, diretor técnico da Gerolin Engenharia, de Minas Gerais, citando os produtos químicos usados para combater pragas das plantas.

DESAFIOS

Por ser recente, o setor de insumos agrícolas biológicos ainda tem pouca legislação. São necessários cuidados específicos no trato de bioinsumos, porque seu uso indevido pode levar a desequilíbrios ambientais. Alguns projetos de lei estão em tramitação na Câmara dos Deputados, por exemplo, demonstrando o avan-



Engenheiro José Carlos Gerolin.

ço do setor e os diferentes cuidados necessários. "Como estamos falando de microrganismos, temos um grande cuidado em relação à biossegurança e nossos layouts são pensados em cima disso", explica Gerolin.

As grandes empresas precisam criar novos padrões de sanitização, limpeza, processo e segurança, diferentes do que se faz hoje para os agentes químicos, seguindo as necessidades particulares dos bioinsumos. Todo o trabalho é baseado em reduzir ao máximo a chance de contaminação dos bioprocessos. Existem projetos com salas limpas nas quais estão instalados filtros de até 0,22 micras, dispostos em um layout otimizado com barreiras de segurança biológica.

Uma das tendências é o "on farm", no qual os bioinsumos são produzidos na própria estrutura agrícola em que será utilizado. Porém, esse formato requer uma atenção especial dos fornecedores de inóculos e meio de cultura para as unidades, para o monitoramento do desenvol-

vimento dos microrganismos, assim como suas concentrações ideais. O formato de produção sem os cuidados e acompanhamento de um profissional habilitado não é o mais indicado uma vez que pode apresentar mais riscos de contaminação. Existem poucas empresas no Brasil fornecedoras de bioinsumos para produções 'on farm', que possuem capacidade técnica para produzir e monitorar o desenvolvimento biológico nas propriedades. Por isso, as diferentes etapas de proteção de um layout são necessárias. Assim como as formas mais seguras ainda são as de buscar outros formatos diferentes para a produção 'on farm' que assegure a eficiência de uso. As questões legais serão decisivas para o avanço tanto dos bioinsumos quanto da engenharia especializada no setor. "O Ministério da Agricultura e Pecuária ainda trata muitos bioinsumos como se fossem defensivos químicos, mas existe uma diferença enorme entre um produto com microrganismos e um defensivo convencional", complementa o engenheiro.



Biofertilizantes são produtividade e sustentabilidade

Os insumos reduzem os estresses abióticos dos cultivos

Cloraldo Roberto Levrero
Presidente Executivo da Associação Brasileira das Indústrias de Tecnologia em Nutrição Vegetal (Abisolo)



ABISOLO

Fundada em março de 2003

Congrega fabricantes e importadores de fertilizantes minerais especiais, organominerais, orgânicos, biofertilizantes, condicionadores de solo de base orgânica e substratos para plantas

Reúne mais de 140 empresas associadas

Abisolo publicou um vídeo, em seu canal no youtube, O objetivo é informar que biofertilizantes são produtos feitos com substâncias naturais que atuam no metabolismo das plantas, ajudando-as a cumprir, com maior facilidade, seus processos produtivos.

Biofertilizantes são produtos que contêm princípio ativo ou agente orgânico, isento de substâncias agrotóxicas, capaz de atuar, direta ou indiretamente, sobre o todo ou parte das plantas cultivadas, elevando a sua produtividade, sem ter em conta o seu valor hormonal ou estimulante. Eles integram um dos segmentos representados pela Associação Brasileira das Indústrias de Tecnologia em Nutrição Vegetal (Abisolo). Trata-se de uma indústria com um portfólio de soluções aptas a reduzir a dependência do Brasil dos insumos importados, a melhorar os indicadores de sustentabilidade na agricultura e, principalmente, contribuir com a fisiologia vegetal ao estimular processos me-

tabólicos que melhoram a adaptação das plantas ao ambiente e o aproveitamento de fertilizantes.

No segmento de biofertilizantes e de produtos que contêm biofertilizantes, o crescimento médio foi de 36% ao ano, entre os anos de 2019 e 2022, quando atingiram o faturamento de R\$ 4,8 bilhões. Os resultados de produtividade e de qualidade obtidos a partir da sua utilização são evidentes e a adoção desses produtos só vai aumentar. Os biofertilizantes são produtos naturais que se destacam pelos efeitos fisiológicos positivos, que auxiliam as plantas a expressar o seu máximo potencial genético. Para esclarecer dúvidas sobre biofertilizantes, a

A adoção dos biofertilizantes nos mais diversos cultivos ajuda a melhorar o sistema radicular, o crescimento vegetativo, a floração, o pegamento e o enchimento dos frutos e dos grãos. Além dessas contribuições, os biofertilizantes colaboram para que as plantas consigam enfrentar os desafios impostos pelas mudanças climáticas. O material produzido descreve que os extratos de algas, os aminoácidos, substâncias húmicas e extratos vegetais são exemplos de fontes biofertilizantes, que podem ser líquidos ou sólidos e podem ser aplicados nas folhas, no solo, nas sementes, por meio da fertirrigação e hidroponia.



Café movimentou R\$ 2,7 bilhões em defensivos

Estudo FarmTrak envolveu quase 1,1 mil produtores, em 350 municípios das principais regiões produtoras

O café movimentou R\$ 2,7 bilhões em produtos na safra 2022 - 2023, alta de 17% sobre o ciclo anterior, que foi de R\$ 2,4 bilhões. E firmou-se como o quinto maior cultivo em vendas da indústria de defensivos agrícolas. Os dados são do estudo FarmTrak, da consultoria Kynetec. Com a área cultivada do grão medida em 2,1 milhões de hectares, 1% acima do último período, os fungicidas foliares lideraram as vendas. Saltaram de R\$ 674 milhões para R\$ 759 milhões, ou 28% do mercado, uma elevação de 13%. Os herbicidas, na segunda posição, responderam por R\$ 727 milhões frente à safra 2021 - 2022 (R\$ 494,36 milhões), equivalentes a 27% das transações, com crescimento

de 32%. Em terceiro na pesquisa, as aplicações via drench (jato dirigido abaixo da copa da planta, no sistema radicular) caíram de 28% (R\$ 673 milhões) para 24% (R\$ 652 milhões). Já os inseticidas alcançaram R\$ 434 milhões ou 16% do total, contra R\$ 374 milhões (+16%).

Segundo o analista de inteligência de mercado da Kynetec, Lucas Furquim, o mercado de defensivos para café cresceu ancorado no aumento da adoção de produtos e no número de tratamentos. No caso dos herbicidas, os alvos centrais foram plantas daninhas em pré e pós-emergência (folhas largas). As pragas 'bicho-mineiro' e 'broca-do-café' puxaram os inseticidas, enquanto a 'ferrugem-

-do-café' e a 'seca-dos-ponteiros' exigiram do produtor mais fungicidas foliares. Em área cultivada do grão, Minas Gerais segue o estado mais representativo: 1,2 milhão de hectares ou 60% do total (2,1 milhões de hectares), principalmente em face da produção de café arábica. Em valor, a cafeicultura mineira destinou R\$ 1,6 bilhão aos agroquímicos, 62% da movimentação do mercado. O Espírito Santo se manteve na segunda posição em área e investimentos em tecnologias para controle de pragas, doenças e invasoras. No estado onde predomina a variedade robusta, que ocupou 441 mil hectares, ou 21% do plantio total, o cafeicultor consumiu R\$ 400 milhões em produtos, 15% do mercado.



Café movimentou R\$ 2,7 bilhões em produtos na safra 2022 - 2023

Inoculantes Biológicos

Tecnologia cresce acima de 15% ao ano desde 2009 e promete ainda mais no milho e nas gramíneas



Inoculantes: crescimento de 15% ao ano desde 2009

O crescimento do mercado de inoculantes biológicos tem sido bastante expressivo nos últimos anos em todo o território brasileiro, somando mais de R\$ 423 milhões de vendas somente no ano passado. Paraná, São Paulo, Mato Grosso e Goiás são os estados brasileiros que lideram o uso da tecnologia nas lavouras. Os dados são coletados das indústrias associadas à Associação Nacional de Produtores e Importadores de Inoculantes (ANPII). Analisando uma longa série histórica da entidade, iniciada em 2009, o crescimento também é significativo, numa média acima de 15% ao ano. Só em 2022, as 12 indústrias associadas entregaram mais de 134 milhões de doses de inoculantes biológicos nas diversas culturas agrícolas do Brasil, principalmente de soja, milho, cana, trigo e feijão.

“Os insumos biológicos vêm ganhando força no campo como alternativas aos insumos tradicionais, com várias finalidades e benefícios, como o de suprir o nitrogênio através da fixação biológica de N, a solubilização de nutrientes, como o fósforo presente nos solos, mas indisponível para as plantas, e a promoção de crescimento através da liberação de fitohormônios pelas bactérias do bem”, explica Solon Cordeiro de Araújo, diretor executivo da ANPII. De acordo com ele, a inoculação de bactérias benéficas é uma técnica que oferece muitas vantagens, já que são empregados microrganismos naturais que tornam a agricultura nacional cada vez mais sustentável econômica e ambientalmente. Os tradicionais inoculantes biológicos baseados em bactérias do gênero *Bradyrhizobium* representaram 57,4% das vendas le-

vantadas em 2022, mas outros produtos mais novos no mercado, como *Azospirillum* e *Pseudomonas*, já responderam por 38,6% do valor todas as vendas no Brasil, mostrando que a inovação não pára no setor.

Quando se trata das culturas mais beneficiadas, a soja lidera a utilização com 81,8% do valor das vendas. Já o milho corresponde a 11,5% e a cana vem na sequência com 2%. “Além dos bons resultados nessas culturas, os inoculantes têm se mostrado poderosos aliados em outras lavouras, como trigo e feijão”, afirma Solon. No caso específico da soja, de acordo com o diretor executivo da ANPII, “a pesquisa oficial registra uma média de 8% no aumento da produtividade, com a reinoculação, ou seja, utilização de inoculação em todas as safras, com bactérias do gênero *Bradyrhizobium*”. Solon ainda destaca: “Sabemos também que a coinoculação, a utilização conjunta de *Bradyrhizobium* e *Azospirillum*, proporciona ganhos de 16% na produtividade. São números extremamente positivos e que reforçam o papel de sustentabilidade econômica dos inoculantes biológicos na sojicultura nacional, além da dispensa do uso de fertilizantes químicos nitrogenados”.

Na cultura da soja, a mais importante no Agro nacional e mais tradicional no uso dessa tecnologia, de acordo com dados coletados por institutos de pesquisa, os inoculantes foram adotados em mais de 80% da área plantada na safra 2022 – 2023. Já a

coinoculação ficou entre 35% e 40% da área da cultura em território brasileiro. No caso do milho da safra principal, os inoculantes biológicos chegam a mais de 22% da área plantada, com avanço gradual a cada ano. “O uso desses biológicos no milho tende a crescer ainda mais nas próximas safras, uma vez que recentemente houve recomendação da Embrapa da possibilidade de redução de até 25% dos fertilizantes químicos nitrogenados utilizados na cultura, com a implementação de inoculação com *Azospirillum*, após mais de 10 anos de condução de trabalhos científicos, nas mais importantes áreas produtivas da cultura no Brasil”, complementa Solon, apontando para um cenário ainda mais promissor quando se trata do mercado de inoculantes biológicos em gramíneas.

A ANPII, como entidade oficial das empresas do segmento, vem suportando esse crescimento da tecnologia, por meio de inúmeras ações no âmbito político, regulatório e científico, que são responsáveis tanto pela evolução no número de empresas associadas quanto pela maior adoção de seu uso no campo, nas diversas situações de uso.



Gramíneas: cenário promissor com inoculantes biológicos.



A soja é a cultura mais tradicional no uso da tecnologia

ANPII

- # Fundada em 1990
- # Trabalha pela agricultura sustentável com fixação biológica de nitrogênio e promoção do crescimento vegetal
- # Representante oficial junto ao Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA)
- # Viabilizou estudos que tornaram o setor diverso, democrático e abrangente
- # Mais de 60 empresas de bioinsumos que beneficiam agricultores, ambiente e sociedade

INOCULANTES BIOLÓGICOS

- # R\$ 423 milhões de vendas em 2022
- # Paraná, São Paulo, Mato Grosso e Goiás lideram o uso da tecnologia
- # Crescimento médio de 15% ao ano há 15 anos
- # 12 indústrias associadas entregaram mais de 134 milhões de doses
- # Em soja, milho, cana, trigo e feijão
- # Aumento da produtividade em 8% na reinoculação com *Bradyrhizobium*
- # Aumento da produtividade em 16% com *Bradyrhizobium* e *Azospirillum*

USO

- # Bactérias do gênero *Bradyrhizobium*: 57,4% das vendas
- # *Azospirillum* e *Pseudomonas*: 38,6%

CULTURAS

- # Soja: responsável por 81,8% das vendas
- # Milho: 11,5%
- # Cana: 2%

SOJA

- # Cultura mais tradicional no uso da tecnologia
- # Inoculantes: mais de 80% da área plantada
- # Coinoculação: de 35% a 40% da área

MILHO

- # Inoculantes biológicos: mais de 22% da área plantada
- # Redução de até 25% dos fertilizantes químicos nitrogenados
- # Inoculação com *Azospirillum*

ANPII

- # Fundada em 1990
- # Mais de 60 empresas desenvolvendo e colocando bioinsumos no mercado

Irrigação com pivô avança!

A Agricultura Irrigada por pivôs centrais no Brasil cresce 225% em doze anos



Lavoura irrigada produz mais e preserva a água.

O levantamento é da Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico (ANA), baseado no Mapeamento Atualizado da Agricultura Irrigada por Pivôs Centrais no Brasil, realizado em parceria com o Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE) e lançado recentemente. A Agricultura Irrigada por pivôs centrais no Brasil cresceu 225% de 2010 a 2022. E 92% estão concentrados em seis estados: Minas Gerais, Goiás, Bahia, São Paulo, Rio Grande do Sul e Mato Grosso

Segundo o mapeamento, o país superou os 30 mil pontos-pivôs em 2022, ocupando uma área equipada de 1,92 milhão de hectares. Em comparação com 2019, ano considerado para a publicação Atlas Irrigação 2021, houve um aumento de 370 mil hectares (+ 24%) e, em relação a 2010, o incremento foi superior a 1 milhão de hectares (+ 225%). Além disso, de 2010 a 2022, o ritmo médio de crescimento

foi de 80,6 mil hectares ao ano, com tendência de aceleração. Atualmente, somente seis estados concentram 92,5% da área equipada de pivôs. São eles Minas Gerais (29,2%), Goiás (16,3%), Bahia (15,3%), São Paulo (12,9%), Rio Grande do Sul (10,2%) e Mato Grosso (8,6%).

O Mapeamento Atualizado também informa os 30 municípios brasileiros com maior área equipada com pivôs em hectares (ha). Os cinco maiores



O Cerrado mantém 70,4% da área total de pivôs centrais

são Paracatu (MG), com 79,9 mil ha; Unaí (MG), com 72,7 mil ha; Cristalina (GO), com 65,6 mil ha; São Desidério (BA), com 56,5 mil ha; e Barreiras (BA), com 48,2 mil ha.

Conforme o novo mapeamento da ANA, o Cerrado responde por 70,4% da área total de pivôs centrais, que é de 1,35 milhão de hectares. Geralmente, essa concentração ocorre devido à expansão da agricultura para áreas de maior déficit hídrico, da estrutura



Paracatu (MG) é o município líder, com 79,9 mil hectares

fundiária de grandes e médias propriedades, da adequação desse sistema para grandes áreas relativamente planas e para os tipos de solos predominantes. Mata Atlântica, Pampa, Caatinga e Amazônia respondem, respectivamente, por 11,1%, 9,4%, 5,4% e 3,7% da área equipada com pivôs.

Da área total equipada com pivôs no Brasil, 57% (1,09 milhão de hectares) está localizada nos quinze Polos Nacionais de Agricultura Irrigada com predominância do uso de pivôs cen-



Filipe Sampaio (ANA): "Monitorar as áreas irrigadas é essencial".

trais. A área identificada como Grande Polo Nacional concentrou 39% (743,3 mil hectares) da área equipada total em 2022, o que inclui os seguintes polos: Alto Rio Preto (DF/GO), São Marcos (DF/GO/MG), Alto Paracatu-Entre Ribeiros (MG), Alto Araguari-Paranaíba (MG), Guaira-Miguelópolis (MG/SP) e Rio Pardo e Mogi Guaçu (SP).

Conforme o novo levantamento da ANA, na safra 2021-2022, em 56,5% da área ocupada por pivôs houve a safra dupla, sendo 37,2% no padrão safra-safrinha. A safra tripla ocorreu em 18,2% da área equipada e apenas em 8,7% houve safra simples ou única. Esses resultados indicam que a agricultura irrigada viabiliza mais safras e elas tendem a ocorrer mais no período chuvoso e de transição para o período seco, aumentando a segurança hídrica da produção agrícola.

No lançamento do mapeamento, o diretor-presidente interino da ANA, Filipe Sampaio, ressaltou a importância de se acompanhar a evolução da agricultura irrigada no Brasil, que possui interface com a temática de recursos hídricos. "O monitoramento das áreas irrigadas é essencial para prover o Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos (SINGREH) com evidências adequadas para tomada de decisão dos órgãos e das entidades competentes", afirmou.

AGRICULTURA IRRIGADA POR PIVÔS CENTRAIS NO BRASIL

- # Crescimento de 225% de 2010 a 2022
- # 92% concentrados em Minas Gerais, Goiás, Bahia, São Paulo, Rio Grande do Sul e Mato Grosso
- # O Brasil superou 30 mil pontos-pivôs em 2022
- # Área de 1,92 milhões de hectares

ESTADOS

- # Seis estados concentram 92,5% da área equipada
- # Minas Gerais: 29,2%
- # Goiás: 16,3%
- # Bahia: 15,3%
- # São Paulo: 12,9%
- # Rio Grande do Sul: 10,2%
- # Mato Grosso: 8,6%

MUNICÍPIOS

- # Paracatu (MG): 79,9 mil hectares
- # Unaí (MG): 72,7 mil hectares
- # Cristalina (GO): 65,6 mil hectares
- # São Desidério (BA): 56,5 mil hectares
- # Barreiras (BA): 48,2 mil hectares

REGIÕES

- # Cerrado: 70,4% da área total de pivôs centrais
- # Mata Atlântica: 11,1%
- # Pampa: 9,4%
- # Caatinga: 5,4%
- # Amazônia: 3,7%



O combustível do futuro

Programa chega ao Congresso Nacional e pode garantir empregos, gerar renda e divisas, sustentar a competitividade do Brasil e diminuir a emissão de gases de efeito estufa

Luis Roberto Pogetti - Presidente do Conselho da Copersucar

Não há rota ou solução universal adaptável às necessidades de todos os países para a mobilidade de baixo carbono. O Brasil precisa de uma estratégia própria de incentivo à transição energética, que valorize o seu portfólio diversificado, que vai além da eletrificação pura dos motores, para limpar ainda mais de forma rápida e eficiente a sua matriz de transportes. O

mercado automotivo brasileiro é comercialmente relevante e vem há décadas sendo moldado por políticas de incentivo à eficiência dos motores, controle das emissões dos escapamentos e re-

dução da intensidade de carbono dos combustíveis. Essas iniciativas devem ser pensadas de forma integrada, com valorização do papel que desempenham em favor do clima.

dução da intensidade de carbono dos combustíveis. Essas iniciativas devem ser pensadas de forma integrada, com valorização do papel que desempenham em favor do clima.

dução da intensidade de carbono dos combustíveis. Essas iniciativas devem ser pensadas de forma integrada, com valorização do papel que desempenham em favor do clima.

A inteligência e o protagonismo do Brasil no uso de biocombustíveis é referência mundial. Cada vez mais países se inspiram na experiência brasileira, em particular a América Latina e a Ásia. O País lidera ainda uma valiosa parceria chamada Plataforma para o Biofuturo, que o conecta a outros 21 países em esforços para a adoção de tecnologias sus-

tentáveis de baixo carbono, com foco em soluções de base biológica. Alguns desses países usam um mecanismo chamado “padrão de combustíveis de baixo carbono” (em inglês LCFS), cuja versão nacional é o Programa Renova-Bio. Graças a essa política tem havido a redução da pegada de carbono no ciclo de vida dos biocombustíveis. O etanol brasileiro, por exemplo, neutraliza até 90% das suas emissões e, com ganhos de produtividade encaminhados, deve ser carbono zero brevemente.

O ciclo de vida, respeitado nos sobreditos mecanismos, considera as emissões de carbono desde a produção do combustível até o seu consumo, o que é reconhecido como emissões do “poço à roda”. Ampliando o conceito para as emissões da mobilidade, deve ser estendida a medição de emissões desde a produção dos bens envolvidos (fabricação e logística) na mobilidade, na propulsão (combustível, energia, etc.) dos veículos e no completo descarte ao fim da vida útil dos bens e insumos, o que é denominado como emissões do “berço ao túmulo”. Portanto, em um primeiro estágio, é do “poço à roda” que se mede de maneira efetiva a emissão de gases de efeito estufa no setor de transportes, devendo evoluir inexoravelmente para medições de emissões do “berço ao túmulo”. Estas são as métricas ideais para se potencializar e valorizar a contribuição de uma economia na luta contra as mudanças climáticas, sendo uma lógica a ser reproduzida nos programas direcionados à indústria da mobilidade.

De nada adianta rodar com um carro 100% elétrico, se a carga é dada por gerador 100% à diesel e, ainda, desconsiderar o impacto ambiental do descarte de suas baterias ao final da vida útil. Por isso, é preciso somar a contribuição dos biocombustíveis aos

esforços das montadoras na agenda da descarbonização dos transportes. Nesse sentido, motores híbridos flex têm aderência em um mercado com ampla distribuição de etanol, que é o caso brasileiro. O biometano explorado do resíduo de produção de açúcar e etanol – perfeito exemplo de economia circular –, é uma alternativa já viável em um País que deve alcançar 5,9 milhões de Nm³ dia de capacidade instalada até 2029, segundo a Associação Brasileira de Biogás (ABiogás). A célula de hidrogênio é uma realidade desde o ano passado, com perspectivas positivas para aplicação de etanol no processo.

Adicionalmente, os biocombustíveis terão papel vital na descarbonização da mobilidade aérea e marítima, onde a eletrificação é mais complexa. O combustível de aviação sustentável (SAF) e o metanol verde são promissores e o Brasil com larga experiência em biocombustíveis tem plena capacidade para participar desses mercados.

Por todos estes pontos, é evidente a necessidade de uma política transversal, que aproveite as vocações naturais do País, reforçando a posição protagonista do Brasil na agenda de descarbonização global. Sendo assim, parece vital e merecedor de elogios o esforço feito pelo Governo para a criação do Programa Combustível do Futuro, que abarca marcos regulatórios dessa agenda de descarbonização. Vemos com otimismo o encaminhamento pelo Governo desse importante projeto ao Congresso, onde certamente deverá ser bem recebido, pelo seu enorme potencial para garantir empregos, gerar renda, divisas e sustentar a competitividade do Brasil, usando o melhor custo-benefício para mitigação de gases de efeito estufa e neutralidade de emissões na mobilidade para a sociedade.

AR

Biotecnologia Brasil vale R\$ 143,5 bilhões

Estudo levantou o crescimento do segmento nos últimos 25 anos, os benefícios ambientais, econômicos e sociais do uso dos transgênicos no país



Brasil tem 56,9 milhões de hectares cultivados com transgênicos

A CropLife Brasil e a Agroconsult desenvolveram o estudo "25 anos de transgênicos no campo: Benefícios ambientais, econômicos e sociais no Brasil", para marcar a data de aprovação do primeiro cultivo transgênico no Brasil. A pesquisa traz os impactos desta tecnologia ano

a ano, da safra 1998 - 1999 a safra 2022 - 2023, comparativos com o uso de sementes convencionais, relação com o meio ambiente e diferenças de custos de produção em lavouras transgênicas, tanto para o produtor rural quanto para a economia. A CropLife Brasil é uma associação que

reúne especialistas, instituições e empresas que atuam na pesquisa e no desenvolvimento de tecnologias em áreas essenciais para a produção agrícola sustentável. A Agroconsult é uma das mais tradicionais consultorias especializadas em agronegócios no Brasil.

A adoção da transgenia começou nos Estados Unidos, em 1994. No ano seguinte, o Brasil promulgou a primeira Lei de Biossegurança (Lei nº 8.974), permitindo o avanço técnico e científico do setor para além das universidades e dos institutos de pesquisa. A partir daí, nasceu a Comissão Técnica Nacional de Biossegurança (CTNBio), com o objetivo de regular as atividades relacionadas à biotecnologia no País. Dez anos depois, em 2005, uma nova Lei de Biossegurança (nº 11.105) estabeleceu padrões de segurança e mecanismos de fiscalização ainda mais completos para o setor. "Foi um divisor de águas. Além disso, esse marco regulatório mais moderno trouxe o dinamismo necessário à CTNBio e reforçou o caráter técnico nas questões relacionadas aos Organismos Geneticamente Modificados (OGMs) e derivados", destaca Eduardo Leão, presidente da CropLife Brasil.

OS IMPACTOS DA BIOTECNOLOGIA NA AGRICULTURA BRASILEIRA

De acordo com a pesquisa, o Brasil possui 56,9 milhões de hectares cultivados com transgênicos, considerando soja, milho, algodão, feijão e cana-de-açúcar. Com isso, ocupa



Transgenia começou nos Estados Unidos, em 1994

a 2ª posição no ranking de países que mais adotam organismos geneticamente modificados (OGM) nas lavouras. As taxas de adoção chegam a 99% para a soja, 97% para o milho inverno ou safrinha, 98% para o milho verão e 99% para o algodão. Os dados são da safra 2022 - 2023. "Entre os impactos ambientais que observamos com o avanço deste tipo de cultura estão o aumento da produtividade e a diminuição da aplicação de defensivos, além de redução de custos de produção e de recursos não renováveis, como a água e a energia, por exemplo," explica o diretor de Biotecnologia da CropLife Brasil, Goran Kuhar.

Além de apresentar um maior índice de produtividade, o estudo concluiu que o índice de preservação é maior naqueles que utilizam transgênicos. Conforme o relatório, para que o nível de produção observado nas áreas com lavoura transgênica fosse mantido, seria necessário o cultivo de 21,4 milhões de hectares adicionais no país de 1998 a 2022 - 2023. Isso equivale ao dobro da área de soja plantada em Mato Grosso, em 2020. "É importante observarmos que, nos últimos 25 anos, a produção de soja transgênica, por exemplo, cresceu cerca de 300%, mas a área plantada aumentou apenas 170% no mesmo período. Quanto ao



Taxas de adoção chegam a 99% para a soja



Cientista manipulando planta com biotecnologia

milho, a produção subiu 75%, com um crescimento de área de 18%. No algodão, a produção é incrementada em 23% e a área somente em 7,5%. Essa é uma perspectiva pouco abordada quando falamos dos benefícios ambientais da adoção da tecnologia", destaca Goran.

A redução de aplicações de defensivos químicos é outro impacto positivo neste cenário. Segundo estimativas trazidas pela pesquisa, na safra 2022 - 2023, a redução do impacto por hectare chegou a 34,4% para a soja, 19,6% para o milho inverno, 15,2% para milho verão e 28,8% para algodão. "Justamente por serem resistentes a um certo número de pragas, as plantas transgênicas não demandam a mesma quantidade de defensivos tradicionais em comparação às plantas convencionais," acrescenta Kuhar. No total, o cultivo de plantas transgênicas contribuiu para redução da utilização de 1.597 mil toneladas de defensivos, o que corresponde à exclusão do ambiente de 808 mil toneladas de princípios ativos distintos usados para o controle de pragas-alvo. A redução da aplicação de defensivos

também influencia na utilização do maquinário para pulverização dos produtos, impactando no consumo de combustível. A pesquisa também concluiu que, no período analisado, foi registrada uma economia de 565 milhões de litros de combustível em razão da adoção da biotecnologia. Isso é equivalente à retirada de 377 mil carros de circulação das ruas por um ano. Desse valor, 62% são referentes à soja, 36% ao milho e 3% ao algodão. Da safra 2018 - 2019 à safra 2022 - 2023, também houve uma redução de 10,4 bilhões de litros de água devido aos cultivos transgênicos. O volume é oito vezes o consumo diário de água da população de São Paulo, a maior cidade do País.

REFLEXOS ECONÔMICOS

Além do impacto ambiental positivo, a economia ganha com a biotecnologia na agricultura. Para o produtor rural, a adoção de lavouras transgênicas mostrou ser um negócio rentável. A pesquisa concluiu que, em 25 anos, o lucro obtido por hectare de soja transgênica foi 7% superior à cultura convencional. A safra do milho inverno ou safrinha alcançou um avanço de 24%. No milho ve-

rão, esse valor é ainda maior: 27%. Já para o algodão, as sementes transgênicas têm margem superior a 64%. O resultado ilustra o impacto da tecnologia nos custos de produção, mas também nos ganhos de produtividade. As sementes transgênicas foram responsáveis por um volume adicional de produção de 112,3 milhões de toneladas de grãos, sendo 17,5 milhões de toneladas de soja, 93,5 milhões de toneladas de milho e 1,2 milhão de toneladas de algodão. "Para se ter uma ideia, esse valor equivale a cinco vezes a produção da safra 2022 - 2023 de soja no Paraná. Importante considerar que esse é o segundo maior produtor do país, perdendo apenas para Mato Grosso. Além disso, considerando o preço

TRANSGÊNICOS NO BRASIL | (SAFRA 2022/2023)

- # 56,9 milhões de hectares de área plantada
- # Taxa de adoção
- # Soja: 99%
- # Milho safrinha: 97%
- # Milho verão: 98%
- # Algodão: 99%

IMPACTOS AMBIENTAIS


- # Aumento da produtividade
- # Diminuição da aplicação de defensivos
- # Redução de custos de produção
- # Redução do uso recursos não renováveis

PRODUTIVIDADE E PRESERVAÇÃO

- # 21,4 milhões de hectares adicionais para atingir a mesma produtividade das lavouras transgênicas
- # O dobro da área de soja plantada em Mato Grosso, em 2020

médio da soja, do milho e do algodão, em cada safra, o aumento da produção corresponde a uma geração de receita adicional de R\$143,5 bilhões para o setor agrícola ao longo dos últimos 25 anos", ilustra o presidente Leão.

O ganho recorrente da adoção da biotecnologia nas culturas de soja, milho e algodão representa hoje R\$ 28,4 bilhões do ponto de vista do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro. Entre os 25 anos analisados, o desempenho dessa atividade foi responsável por uma injeção adicional de R\$ 295,7 bilhões na economia. Essa cifra equivale ao valor das 50 marcas mais valiosas do Brasil em 2022, segundo a consultoria Brand Finance Brasil 100.

Além de aquecer o PIB, a adoção de transgênicos nas lavouras contribui para a arrecadação de impostos e para a geração de empregos. A pesquisa estima que R\$ 6,1 bilhões de reais tenham sido arrecadados em função do desempenho diferencial da tecnologia e mais de 196 mil empregos adicionais tenham sido gerados. No mesmo período, a tecnologia propiciou um crescimento de R\$ 14 bilhões na massa salarial, ou seja, 11,6 milhões de salários-mínimos pagos. "O estudo comprova que a adoção da biotecnologia nas lavouras brasileiras trouxe avanços não somente para o agronegócio, mas para a economia, para o meio ambiente e para a sociedade brasileira. Ela é pesquisa, inovação, tecnologia e sustentabilidade, mas também geração de emprego, renda e comida na mesa do trabalhador. Acima de tudo, a biotecnologia é um dos pilares para avanço de uma produção agrícola sustentável no Brasil e no mundo", finaliza Leão. 

SOJA TRANSGÊNICA

- # Crescimento de 300% nos últimos 25 anos
- # Aumento de área plantada de 170%

MILHO TRANSGÊNICO

- # Crescimento de 75% nos últimos 25 anos
- # Aumento de área plantada de 18%

DIMINUIÇÃO DO USO DEFENSIVOS

- # 1.597 mil toneladas ou 808 mil toneladas de princípios ativos
- # Impacto por hectare de 34,4% na soja
- # Impacto por hectare de 19,6% no milho
- # Impacto por hectare de 15,2% no milho verão
- # Impacto por hectare de 28,8% no algodão: 28,8%
- # Safra 2022 - 2023

ECONOMIA SUSTENTÁVEL

- # Economia de 565 milhões de litros de combustível
- # Equivale à retirada de 377 mil carros de circulação das ruas por um ano
- # 62% na soja
- # 36% no milho
- # 3% no algodão

ECONOMIA DE ÁGUA

- # Redução de 10,4 bilhões de litros de água
- # Volume é oito vezes o consumo diário de água de São Paulo (Entre as safras 2018/2019 e 2022/2023)

REFLEXOS ECONÔMICOS | LUCRO OBTIDO POR HECTARE

- # Soja transgênica: 7%
- # Milho safrinha: 24%
- # Milho verão: 27%
- # Algodão: 64%

VOLUME ADICIONAL DE PRODUÇÃO

- # 112,3 milhões de toneladas de grãos
- # Equivale a cinco vezes a produção de soja do Paraná (2º maior produtor do país)
- # 17,5 milhões de toneladas de soja
- # 93,5 milhões de toneladas de milho
- # 1,2 milhão de toneladas de algodão

GERAÇÃO DE RECEITA

- # R\$ 143,5 bilhões (considerando o preço médio da soja, do milho e algodão em cada safra)
- # Injeção adicional de R\$ 295,7 bilhões na economia
- # Cifra equivalente ao valor das 50 marcas mais valiosas do Brasil em 2022

MOVIMENTO NA ECONOMIA

- # R\$ 6,1 bilhões de reais arrecadados
- # 196.853 empregos adicionais
- # Crescimento de R\$ 14 bilhões na massa salarial | 11,6 milhões de salários mínimos pagos



Distribuição Brasil 2024

A mostra das vendas de insumos agropecuários da Plataforma AgroRevenda entra em novo ano

A Plataforma AgroRevenda segue aprimorando o levantamento da distribuição de insumos agrícolas e pecuários do Brasil. Cada vez com mais precisão. Assim como as vendas permanecem em movimentação. Já são mais de trezentos nomes novos. É a vitalidade do Agronegócio do Brasil.

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
Oito Centros de Distribuição: Campinas (SP), Carazinho (RS), Petrolina (PE), Cariacica (ES), Sete Lagoas (MG), Pouso Alegre (MG), Lins (SP) e Anápolis (GO)

BASSO PANCOTTE

Iniciou em 1990
Sede: Nova Alvorada (RS)
Mais de 10 mil clientes
Atua em todos os estados produtores

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 AGRÍCOLA

Sede: Anta Gorda (RS)
30 anos de atividades
Divisões: agrícola, agropecuária, veterinária e Pet
Possui marcas próprias
Atende no Rio Grande do Sul, Paraná e em Santa Catarina
Fundador: Jairo Casagrande
CEO: Diogo Casagrande
Centro de Distribuição em Curitiba (SC) e Guarapuava (PR)

DIAMIG - GRUPO ADUBOS REAL

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

FOLIM COMÉRCIO DE PRODUTOS AGROPECUÁRIOS

Sede: Londrina (PR)
Começou a atuar em 2007
Atacado de defensivos agrícolas, adubos, fertilizantes e corretivos do solo
Uma unidade
Fundadores: Ronaldo Inacio da Silva Junior e Emílio Massahiko Fujimura

UNIAGRO

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

NORDESTE ATACADO SOMMA

Fundada em 1987
Sede: Jaboatão dos Guararapes (PE)
Fundador e Diretor Presidente: Marcus Madeira
Seis filiais | Opera em nove estados

RESOLPEC - ATACADO E DISTRIBUIÇÃO

Fundada em 2022
Sede: Antônio Prado (RS)
Atende todo o Rio Grande do Sul

UNIAGRO

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

UNIAGRO INOVAÇÃO E RESULTADO

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

DISTRIBUIDORES!

ACERO AGRONEGÓCIOS

Fundado em 2002
Sede: Carmópolis de Minas
Destaque para o projeto 'Acero na escola' que mostra o agro às crianças

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

AGRÍCOLA MK

Sede: Jandaia do Sul (PR)
38 anos de atuação
Fundada por Francisco Moura e Tsuyoshi Kurashima
14 Unidades no Norte do Paraná e Vale do Ivaí!

AGRIMAR

Fundada em 1970
Sede: Caxias do Sul (RS)
Dez unidades de negócios
Fundadores: Nadir Pedro Rizzi e Giacomo Rizzi

AGRIVITTA PAIXÃO PELA AGRICULTURA

Sede: Matão (SP)
45 anos de atuação
Fundada por Paulo Roberto de Toledo
Sócios: Renato Francisco de Toledo e Paulo Roberto de Toledo Filho
10 unidades
Marca própria: Attivare

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

AGROCAMPO

Fundada em 2003
Sede: Abel Figueiredo (PA)
Proprietário: Ronys Tarcízio Faustino Ferreira
Clientes no Pará e Maranhão

AGROCERRADO

Fundada em 1993
Sede: Patos de Minas (MG)
Fundador e Diretor Conselheiro: Heder Augusto Davi Ramos
Nove unidades em 37 municípios

AGROFEL | BUNGE

Fundada em 1977, em Palmeira das Missões (RS)
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

AGROFORTE

Sede: Sapezal (MT)
Abriu em 2005
Fundador: Filemom Feitosa
Atende produtores em Mato Grosso e Rondônia
Sócio Diretor Comercial: Luiz Adriano Marcelino

AGRO HARA

Sede: Apucarana (PR)
Fundada pela Família Hara | José Hara
35 anos de atuação
Nove unidades

AGROLINE PRODUTOS AGROPECUÁRIOS

Criada em 1997
Lojas em Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Tocantins, Pará e Goiás
Distribui produtos veterinários, equipamentos de fazenda, casa & jardim, pets, pragas urbanas, selaria e montaria
Pilares: negócios e amizade

AGROLÓGICA

Sede: Primavera do Leste (MT)
16 anos em atividade
Sócio Diretor: Antonio Henrique Botelho Lima
Oito unidades de negócio
150 colaboradores
Meta de R\$ 1 bilhão de faturamento até 2026

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

AGROKAFKA

Começou em Patrocínio (MG)
Fundada por Kássio Fonseca e Lena Oliveira
Seis anos de atividades

AGROMANO

Fundada em 1996
Sede: Chapadão do Sul (MS)
Fundadores: Sergio Aparecido André e José Carlos André
Duas filiais
Gerente: Eduardo Varotto André

AGROMINAS

Sede: Araguaína (TO)
Fundadores: Vanir e Renato Borghetti
Uma filial e mais três lojas previstas até o fim do ano

AGRONORTE

Sede: Tocantinópolis (TO)
Constituída em 1985
Unidades em 11 estados do Norte e Nordeste
CEO: Gilmar Carvalho

Negócios: armazenagem, cereais, logística de insumos, revendas, fabricação de rações animais, posto de combustível e loja de conveniência, fazendas de pecuária e piscicultura

AGROPECUÁRIA BOI FORTE

Sede: Itaja (GO)
Iniciou em 2022
Sócios: Pedro Henrique de Almeida Rodrigues e Roberio Martins Carvalho

AGROPOLLO COMERCIAL AGRÍCOLA

Sede: Correntina (BA)
23 anos de atividades
Fundadores: Família Cecchin Ferreira
Atuação no Oeste da Bahia

AGROSANDRI

Sede: Taió (SC)
Atua há 35 anos
Fundador: Adinei Sandri
CEO: Thiago Sandri
Atua com Equipamentos, Nutrição, Medicamentos, Ferragens e Pet.
Um Centro de Distribuição em Carazinho (RS)

AGRO SNOOP

Sede: Valinhos (SP)
5 unidades
Atua há 24 anos

AGROSOLO

Sede: Camapuã (MS)
27 anos em atividade
Defensivos Agrícolas, Adubos, Fertilizantes e Corretivos Do Solo
Dono: Adão Moraes
AGROSUL
Fundada em 1971
Sede: Feliz (RS)
Fundadores: Waldomiro e Paulo Freiburger
Atua com Agropecuária, Frigorífico e Fábrica de Rações

AGROSUPORTE

Sede: Catalão (GO)
Surgiu em 1984
Fundador: Roberto Paschoal Safatle

AGROX - SLC AGRÍCOLA

Sede: Barra Bonita (SP)
Especialista em fertilizantes e adjuvantes

AGRUS

Surgiu em 2016
Sede: Lucas do Rio Verde (GO)
Fundadores: Antônio Carlos Costa e Fabrício Rezende
Uma filial

ALVORADA PRODUTOS AGROPECUÁRIOS | KINEA

Sede: Campo Grande (MS)
37 anos de atividades
Presidente: Feres Soubhia Filho
40 lojas em sete estados

AP AGRÍCOLA

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

APROVAR AGROPECUÁRIA

Sede: Varginha (MG)
Fundada em 1994
Quatro unidades de negócio
Fundadores: Adelino Nogueira e José Anízio Baldin

ARAGUAIA PRODUTOS AGROPECUÁRIOS

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

ATIVA AGROPECUÁRIA

Atua há 20 anos
Sede: Goiânia (GO)
Trabalha com citrus, hí's e seringueira
Sócio Diretor: Almir Cavalcanti
Uma filial

BARRACA MISSÕES

Sede: Bossoroca (RS)
43 anos de atividades
Seis unidades

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
CEO do Grupo: Alberto Araújo

BOASAFRA

Fundada em 1978
Sede: Ji-Paraná (RO)
12 lojas, dois secadores de grãos e uma fazenda

CAMPOFERT SOLUÇÕES AGRO

Sede: Guaíra (SP)
Fundada em 1979
Fundadores: Reynaldo Stein e Vilber Stein
9 unidades operacionais e mais 5 unidades de negócios
Plantas de Nutrição Animal em SP e MG

CAMPO FERTIL

Sede: Anápolis (GO)
Diretores: Cláudio Cota e Henrique Prado
3 unidades de negócios

CASA DAS RAÇÕES VACARIA (CRV)

Sede: Vacaria
38 anos em atividade
Fundadores: Claudio Bof e Clóvis Colombo
Gerente: Marcos Polli

CASA DO CRIADOR

Sede: Porangatu (GO)
Iniciou atividades há 39 anos
Fundadores: Paulo Van Der Laan e Jurgen Markus Muller

CASA FÉRTIL

Sede: Rio Verde (GO)
Diretor: Oswaldo Abud
Especialista em defensivos e sementes
Uma filial em Minas Gerais

CASA TREVO

Fundada em 1973
Sede: Nova Prata (RS)
Fundadores: Agostinho Bavaresco
Diretor: Pascoal Bavaresco

CASSUL DISTRIBUIDORA

Sede: Erechim (RS)
40 anos de atividades
Dono e fundador: José Scussel
Mais de 7 mil produtos
Três marcas próprias: CASSPET, THORXX e LACTOMAIS

CATIVA AGRO

Sede: Petrolina (PE)
Gerente Comercial: Italo Macedo
Atua em seis estados do Nordeste
CENTRAL DE ADUBOS
Sede: Juazeiro (BA)
Nasceu em 2010
9 filiais
Especializada em fertilizantes

CHARRUA

Fundada em Formosa (GO)
Diretor: Sérgio Zimmermann
32 anos de atividades

CIA AGRO

Sede: Anápolis (GO)
Fundada em 2001
Proprietário: Raanderson Silva Aguiar

CIA DA TERRA

23 anos de atuação
Unidades em Guaratinguetá (SP) e Taubaté (SP)

CIA DA TERRA

Sede: Uberlândia (MG)
Fundador: Paulo Claudino Peres
4 filiais
Sócios: Maílson Sebastião Gundim, Wilson Schulze de Oliveira, Nilson Gamba Júnior e Crizol Aparecido de Rezende

CIMOAGRO

Sede: Itápolis (SP)
Fundada em 1998
24 unidades
Fundadores: Moacir Aparecido Braccialli e Adriana Zuliani Biella Braccialli

COAGRO

Sede: Arapiraca (AL)
Fundador: Ricardo Barreto Dantas
20 filiais

COMAPE COMERCIAL AGRÍCOLA PECUÁRIA

Iniciou em 1976
Sede: Oliveira (MG)
Sócio Diretor: Sidnei Augusto Gonçalves
Atua em 220 municípios

COMERCIAL FRIBURGUENSE

Sede: Nova Friburgo
Fundada em 1950
7 unidades
Fundador: Carlos Berbet

COMID

Sede: Dourados (MS)
Começou em 1994
Mais antiga de Mato Grosso do Sul

COMPANHIA DA TERRA

Sede: Araguari (MG)
Fundada em 2000
CEO: Paulo Claudino Peres
5 unidades
400 clientes produtores de soja e milho

CULTIVAR

Fundada em 1992
Sede: Formosa (GO)
Sócio: Eunimar Correa de Araujo
Duas filiais

CULTURA AGROMAIS

Sede: Patrocínio (MG)
CEO: César de Oliveira
Onze unidades de negócio

DEFESA AGRÍCOLA

Sede: Linhares (ES)
Surgiu em 2003
Fundador: José Guilherme Rizzo
Uma filial

DECHRA

Sede: Londrina (PR)
Especializada em produtos farmacêuticos veterinários
Comercializa em 63 países

DELTA AGRÍCOLA

Sede: Piracanjuba (GO)
Diretores: José Arlindo Bianchi e Ronaldo Lucchesi
22 anos de atividades
4 unidades de negócios

DISMAT AGRONEGÓCIOS

Sede: Rondonópolis (MT)
20 anos de atuação
Uma filial em Ijuí (RS)

DIRETA INSUMOS AGRÍCOLAS

Sede: Sinop (MT)
Começou em 2015
100 grandes clientes de milho e soja
Atua com nutrição vegetal e biológicos
CEO: Fabrício Picolo

DISPROVEL - DISTRIBUIDORA DE PRODUTOS VETERINÁRIOS

Sede: Várzea Grande (MT)
Surgiu em 2006
Atua em Mato Grosso, Rondônia e Acre
CEO: Henrique Pagliari

DIZAM | DISTRIBUIDORA DE INSUMOS AGRÍCOLAS SUL AMÉRICA

Sede: São Miguel do Iguçu (PR)
Iniciou atividades em 1982
26 unidades
Sócia-Administradora: Leila Zorzetto

DUQUIMA AGRONEGÓCIOS

Surgiu em 1984
Sede: Bom Jesus (GO)
Fundador: Alin Pedro Rodrigues
4 filiais

EUROCHEM BRASIL

Fundada em 2016
Sede Administrativa em Goiânia (GO)
24 unidades produtivas

FIAGRIL - DAKANG

Sede: Cuiabá
36 anos de atividades
20 filiais em Mato Grosso e Tocantins

FITOVET - GOPLAN

Fundada em 1997
Sede: Paraguaçu (MG)
Fundadores: Giovanni Rodrigues Prado e José Tibúrcio do Prado Neto

FLORINDO AGRO

Sede: Barra do Bugres (MT)
Fundada em 1995
Também atua em Mato Grosso do Sul
Diretor Comercial: Fabiano Florindo

FORTE & FÉRTIL SOLUÇÕES AGRÍCOLAS LTDA

Sede: Dois Córregos (SP)
CEO: Antonio Ferreira de Castilho e José Paulo Lustosa de Magalhães

FUTURA AGRÍCOLA

Sede: Erechim (RS)
27 anos em atividade
Diretor de Negócios: Aluizio Cominetti
Incorporada ao Grupo Veja em 2013
10 unidades | 15 municípios

GAIA AGROSOLUTIONS

Sede: São Paulo – Capital
Oferta soluções biológicas

GEAGRO

Sede: Três Pontas (MG)
32 anos de atividades
Atua em dez municípios

GEES S/A - RIZA

Sede: Balsas (MA)
Começou a atuar em 1982
Diretor Presidente: José Antonio Gorgen
19 filiais no Maranhão e Piauí

GRUPO RAÇA AGRO

Sede em Mato Grosso
Vinte lojas em cinco estados
CEO: João Antônio Fagundes Neto

INCAMPO

Surgiu em 2007
Sede: Dourados (MS)
Fundador: Narciso Arruda e as filhas Patrícia e Fernanda

IMPERAGRO

Fundada em 2000
Sede: Imperatriz (MA)
Fundadores: Reginaldo Shigeru Komatsu e Telma Cristina Ataíde Komatsu
Atende produtores do Maranhão, Pará e Tocantins

IMPORTADORA BAGÉ

Sede: Porto Alegre (RS)
Completa 70 anos de atividades em 2024
1ª distribuidora veterinária do Brasil

Atende os estados de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul
Grandes animais e pets
Dono: Rui Krenzenger

INTEGRAÇÃO AGRICULTURA E PECUÁRIA

Iniciou atividades em 199
Sede: Mineiros (GO)
Fundador: Ademir Pedrinho Berghahn
Mantém consultores em cinco municípios
Estendeu presença para Mato Grosso em 2022

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 | PÁTRIA

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 Prodetec, Central Agrícola, Agrícola Qualicitrus, Floema, Casa da Lavoura, CATR, Integra, Sollo Sul, Casa Trevo, Referência, Dissul, Nova Geração, Desempar

LAVROTERRA

Sede: Luís Eduardo Magalhães (BA)
Fundada em 1998
Fundadores: Ubaldo Bottan, Nadir Cappellesso e Moacir Masiero
CEO da BMC Lavroterra Participações: Luiz Hildebrando de Castro e Silva

MARCON AGRO FÉRTIL LARANJAL PAULISTA

Sede: Laranjal Paulista (SP)
Fundada em 1966
Atua com rações, produtos veterinários, selaria, camping, animais vivos, pesca e pets.
Fundador: Walderez Marcon

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
13 unidades de negócios em cinco estados

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

NORTE SUL AGRO

Fundada em 2005
Sede: Palmas (TO)
Fundadores: Juliano Santos e Alan Barbiero
Duas filiais

NOVA ERA AGRÍCOLA

Fundada em 2001
Sede em Pirangi (SP)
Nove unidades em SP e MG
Fundadores: Nicásio Adelino Antonucci, Cesar Martoneto e Renato Alberto Martoneto

NOVA GERAÇÃO

Criação: 1998, em Bragança Paulista (SP)
Sede: Pinhalzinho (SP)
Fundador: José Rafael Lisboa Tanajura
Uma filial

NUTRIAL

Sede: Goiânia (GO)
35 anos de atividades
Fundadoras: Maria Inês Rodrigues da Cunha e Maria Teresa Godoi da Cunha

NUTRIEN

Sede: Saskatoon (Canadá)
CEO: Carlos Brito
4 anos de atuação no Brasil
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

ORGANOCAMPO

Sede: Penápolis (SP)
Quatro anos de atividades
400 clientes de cana, soja, batata doce, banana e amendoim
CEO: Gustavo Penteado

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
Mais de 50 unidades de negócio (lojas e armazéns) em oito estados

PAIOL

Sede: Sorriso (MT)
Fundada em 2001
Duas outras lojas
Fundador: Fabiano Alves Marson

PANTANAL AGRÍCOLA | BUNGE

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

PASTOREIO AGROPECUÁRIA

Fundada em 1995
Sede: Umuarama (PR)
Fundadores: Levino Piai e Osvaldo Marchi
Duas unidades

PIRÂMIDE AZUL

Sede: Ribeirão Preto (SP)
20 Anos de atividades
Distribuição de produtos pet

PLANTAR AGRO

Sede: Cascavel (PR)
Começou em 1978
Fundador: Ângelo Custódio Romero
Duas filiais

PLANTYAGRO

Sede: Anápolis (GO)
Mais de mil clientes na Bahia, em Goiás e Minas Gerais
HF, frutas, milho e cereais | Pequeno e médios produtores
Proprietário: Helder Luiz Martins

POLO PRODUTOS AGRÍCOLAS

Sede: Luís Eduardo Magalhães (BA)
Uma filial em Barreiras (BA)
Sócios: Marcio Braga de Resende e Luciete Mendes da Silva Braga

PONTO RURAL

Sede: Londrina (PR)
Começou a operar em 1994
CEO: Teiji Okuhara, Helio Toda e Luiz Takashi Sudo
11 lojas em dois estados

PRECISÃO RURAL

Fundada em 2001
Sede: Nova Aurora (PR)
Fundadores: Aldair Santos e Rose Santos
Sócio: Galhano Aranha
Atuação em 14 municípios

PRODUTIVA IJUÍ

Fundada em 1995
Sócio Proprietário: Juarez Neme da Costa
Atende produtores de canola, soja, milho, trigo e aveia

PRODUZA INSUMOS AGRÍCOLAS

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

PRODUTIVA INSUMOS AGRÍCOLAS

Fundada em 2015
Sede: Santarém (PA)
Sócio Fundador: Maurício José Durigon

PROFARM INSUMOS AGRÍCOLAS

Sede: Lucas do Rio Verde (GO)
Iniciou em 2019
Fundadores: Luiz Eduardo Burlacenco e Pedro Duarte
5 unidades

PROTEC

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

RUMO.AGRO

Sede em Campo Novo dos Parecís (MT)
Fundadores: Paulo Lima e Domingos Mocellin
Seis Unidades de Negócios

RURAL SOLUÇÕES E SERVIÇOS

Fundada em 2001
Sede: Tangará da Serra (MT)
Vinte anos de atividades
Diretor Executivo: Carlos Alberto Pasquini
Duas filiais

SC TEC

Surgiu em 1995
Sede: Recife (PE)
Fundador: Salvino Camaroti
Oito lojas em sete estados

SEMEAR

Sede: Maceió (AL)
Fundadores: Marcos Fernando Pacheco e Hélio Jatobá Neto
8 filiais em nove estados

SETEC AGRO

Sede: Uberlândia (MG)
Duas filiais
SINAGRO | BUNGE
Sede: Goiânia (GO)
CEO: Renato Guimarães
63 lojas

SIVEL DISTRIBUIDORA E IMPORTADORA DE PRODUTOS AGROPECUÁRIOS LTDA

Sede: Erechim (RS)
Atua há vinte anos
Segmento de mercado de importação, distribuição e industrialização

SYNGENTA | SYNAP

Sede: São Paulo (SP)
Diretor Geral: André Savino
73 lojas
Abrange as bandeiras:
Atua Agro, Dipagro, Agrojangada e Agrocerrado

SOMA AGRÍCOLA

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

SPAÇO AGRÍCOLA

Fundada em 2000
Sede: Goiatuba (GO)
Fundadores: Carlos Gomes e Volneimar Lacerda
Duas filiais e escritórios avançados
Mais de mil clientes

SUL AGRÍCOLA

Sede: Curitiba (PR)
40 anos de atividades
6 unidades no Paraná e em Santa Catarina | 13 unidades de recebimento de grãos

SULGOIANO AGRONEGÓCIOS

Fundada em 2007
Donos: Elias Fernandes, Everaldo Pereira e Eurípedes Fonseca
5 lojas em Goiás e Tocantins

SUPREMA AGROPECUÁRIOS | GRUPO AGROBOI CAMPO & CIDADE | ZOOTECA SUPLEMENTAÇÃO ANIMAL

Fundada em 2008
Sede: Alta Floresta (MT)
Diretores: Alex Sierra e João Antônio Fagundes

TCHÊ PRODUTOS AGRÍCOLAS

Sede: Formosa (GO)
 22 anos de atividades
 Fundadores: Jorge Etcheverria, André Gontijo e
 Vilson Baron
 9 unidades em Goiás e Minas Gerais

TERRA FÉRTIL

Surgiu em 1994
 Sede: Limoeiro do Norte (CE)
 Fundador: Marcelio Coura
 Ainda atua no Rio Grande do Norte, Paraíba e
 Maranhão

TERRENA

Sede: Patos de Minas (MG)
 Atua desde 1971
 Diretor Presidente: Marco Antônio Nasser de Carvalho
 10 unidades

TOAGRO

Fundada em 2010
 Sede: Guaraí (TO)
 Fundador: Edvan Rocha
 Atende clientes no Tocantins, Maranhão e Pará

TRISOLO

Fundada em 1992
 Sede: Catalão (GO)
 Sócio Proprietário: Sebastião Rodovalho

TRITEC

Sede: Lajeado (RS)
 Começou em 1986
 Fundadores: Astor Fell e Vilmar Zanotto
 Três filiais | Trítec Cereais

TOMATEC AGRO COMERCIAL LTDA

Sede: Campinas (SP)
 Três unidades de negócio
 Fundadores: Antônio Takao Hanguí 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 Paulina Thyioco Hirata
 Yoshida
 Presidente: Alberto Yoshida
 3 filiais e quatro mil clientes

VILELA, VILELA E CIA LTDA

Sede: Cornélio Procópio
 Fundadores: Antônio, Paulo e João Vilela
 Jair Machado integrou à sociedade em 1994
 20 unidades, entre silos e lojas
 38 anos de atividades



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, E Commerce, Internet, Agribusiness e Agro
 Diretor de Negócios Brasil: Diego Arruda
 Site: agrofy.com.br

AGROSHOP

Comercializa tratores, colheitadeiras, plantadeiras, pulverizadores,
 propriedades rurais e animais
 CEO: Mário Augusto Silveira

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: clubeagro.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

OPÇÃO AGRONEGÓCIOS

Sede: Uberlândia (MG)
 Fundada em 2011

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: sbcagronegocios.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: Ibiporã (PR)
Atua há 24 anos
Mais de 100 veículos monitorados

BRAVO SERVIÇOS LOGÍSTICOS

Sede: Uberaba (MG)
CEO: Marcos Vilela Ribeiro
9 filiais em 8 Estados

COMANDO LOG

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

FERRAGENS NEGRÃO

Sede: Curitiba (PR)
Fundada em 1968
Fundador: Myron Saling
18 Centros de Distribuição

FERTGROW

Sede: São Luís (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 1070
Sede em Jundiá (SP)
Frota de 1.500 veículos (próprios e agregados)
16 armazéns | 30 filiais no Brasil

TAMBASA ATACADISTAS

Fundada em 1969
Sede: Contagem (MG)
Fundador: Miguel Bartolomeu
Duas filiais no Estado

FUNDOS

- # AQUACAPITAL
- # KINEA
- # PÁTRIA
- # PÁTRIA & AXIA

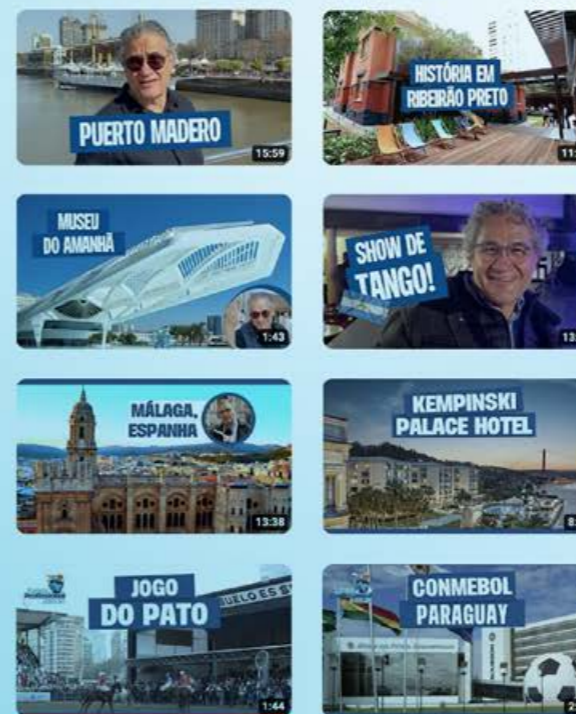
OPERAÇÕES INDEPENDENTES

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

EMPRESAS E GRUPOS INVESTIDORES

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

AGROTURISTA
AGROVIAGENS
AGROCAMINHOS
AGROESTRADAS
AGROLUGARES
AGROPESSOAS
AGROCULTURAS



VIAGE POR
UM MUNDO
QUE CONHECI
ATRAVÉS
DO AGRO!



O sonho é o começo de tudo

(11) 9.9105.2030

www.turistaprofissional.com.br / @turista-profissional



4ª edição da Feira Internacional de Irrigação Brasil

FIIB 2023 convoca: vamos irrigar mais!

Brasil já é o sexto país em área agrícola irrigada, mas pode dobrar o número em quinze anos

Três mil participantes, entre produtores, profissionais, executivos e pesquisadores. Nove países com empresas de tecnologia e prestadoras de serviços exibindo novos equipamentos e soluções inova-

doras em irrigação de lavouras, paisagismo e campos esportivos. Mais de 100 marcas representadas. Todos com um único objetivo rural. Aumentar a área irrigada para quase 20 milhões de hectares até 2040. Foi o

panorama desenhado durante os três dias da 4ª edição da Feira Internacional de Irrigação Brasil (FIIB), realizada no fim de outubro, em Campinas (SP). Com painéis, feira de negócios, palestras e minicursos técnicos.

“O nosso desafio é ampliar a irrigação no país. O Brasil tem esse potencial, é grande e tem vários ambientes para inúmeros produtos. Nosso arroz é quase todo produzido na água. O feijão só aumentou a produção por causa da irrigação, ofertando mais ao consumidor. A técnica aumenta a produtividade, dobra a produção de várias culturas. Irrigação é seguro diante das variações climáticas e das datas fixas de plantio”, explica Denizart Vidigal, Presidente da FIIB.



100 marcas representadas na FIIB 2023

cança nem metade dos índices chineses. Os grandes desafios futuros são a utilização correta e legal da água, dinheiro para financiamentos de projetos, gastos com energia e sustentabilidade. “Por outro lado, até mesmo a burocracia das normas vem diminuindo. A Agência Nacional está ajudando bastante neste sentido, dando muita autonomia”, reforça Denizart Vidigal.

Ricardo Almeida, CEO da Netafim, uma das principais apoiadoras do evento, destaca o desafio atual da agricultura brasileira em aliar sustentabilidade e altas produtividades, ressaltando que a irrigação por gotejamento é um importante aliado na busca pela economia e eficiência da produção. “Essa é uma questão crucial para o futuro da nossa indústria agrícola e na preservação dos recursos naturais. O gotejamento otimiza o uso dos recursos hídricos, aplicando água diretamente na raiz das plantas, de forma precisa e controlada. Estamos comprometidos em oferecer soluções inovadoras e tecnologias que sejam

adaptáveis às diferentes realidades para impulsionar o crescimento do setor”, afirma Almeida. “A eficiência é extraordinária, fornecendo água diretamente às raízes das plantas, evitando perdas por evaporação, lixiviação e escoamento superficial. A automação e a precisão reduzem a necessidade de mão de obra. Além disso, o gotejamento contribui para a sustentabilidade, preservando os recursos hídricos e mantendo um solo saudável, evitando a contaminação de águas”, detalha Wagner Suavinha, também da Netafim. “A Feira divulga mais o nosso setor, nossas tecnologias, trazem novos agricultores, gente que passa a conhecer o trabalho do setor. O evento vem crescendo bastante. Irrigar é ferramenta para o produtor cultivar mais cedo ou fazer o terceiro ciclo no período mais seco do ano. É investimento, diminui o custo operacional da fazenda, que passa a operar integralmente o ano inteiro. Sem falar na importância dedicada ao paisagismo e aos gramados esportivos”, arremata o Presidente da FIIB. **AR**

A abertura do encontro reuniu o comandante da Feira, o prefeito de Campinas, Dário Saadi, e a vice-presidente do Instituto Agrônomo (IAC), Regina Celia de Matos Pires. O Brasil é o sexto país que mais irriga as lavouras no mundo, com 9 milhões de hectares. Área que duplicou nos últimos quinze anos e pode dobrar até 2040. Mas ainda não al-



Cursos para profissionais que ajudam a irrigar 9 milhões de hectares no Brasil

Simpósio ASBRAM celebra carne saudável



Mesa redonda sobre pecuária sustentável

A saúde das pessoas do planeta inteiro só faz sentido com o uso de alimentos de qualidade como a carne bovina. Atividade física permanente para preservar o organismo. E atenção máxima com o meio ambiente, para mantermos o planeta íntegro mesmo com a produção crescente de comida para dez bilhões de pessoas em 2050. A receita de bons negócios e preocupação ambiental foi indicada por quase mil profissionais de empresas de suplementos minerais que participaram dos dois dias de atividades do 13º Simpósio Nacional das Indústrias de Suplementos Minerais, promovido pela Associação Brasileira do segmento (ASBRAM), em Campinas, no fim de novembro.

O engenheiro agrônomo e coordenador do Centro Inesper Agro Global, Marcos Sawaya Jank: "Temos que

acessar novos mercados, sermos mais competitivos e adicionarmos ainda o valor ambiental em nossas vendas". O escritor Jorge Caldeira: "Já fomos alijados da corrida da economia mundial por não possuímos o tripé tradicional da produção dos últimos quinhentos anos. Petróleo, carvão e gás. Mas hoje o Brasil é o mais privilegiado nos quesitos que o planeta quer utilizar. Energias renováveis, florestas protegidas e produção de alimentos, fibras e fontes de energia". O médico Wilson Rondó, especialista em Nutrologia e Clínica Médica. "A carne vermelha de animal criado majoritariamente no pasto é rica em Ômega 3 e 6 e faz muito bem à saúde". O triatleta brasileiro Alessandro Medeiros, que participou de vários mundiais de Ultraman e é um dos principais embaixadores da dieta carnívora. "A cadeia produtiva de

carne bovina precisa comunicar mais que a carne faz bem à saúde, levando a mensagem para os esportes".

O evento ainda mostrou o painel 'Pecuária Sustentável', examinou os dados da comercialização de suplementos minerais nos dez meses de 2023, que alcançou em outubro duzentas mil toneladas, um crescimento de 9,7% sobre o mesmo período de 2022. "O Brasil teria condições de produzir 8,2 milhões de toneladas de suplementos para nutrir os bovinos, um mercado avaliado em R\$ 38 bilhões. Mas seguimos em nossa lida, com um exército de 15 mil profissionais no campo, times técnicos e comerciais, abrindo porteira todo dia na fazenda, executando um excelente e necessário trabalho de extensão rural, contextualizou Juliano Sabella, presidente da ASBRAM.



“ O Brasil está bem posicionado no mundo das commodities e o processo de descarbonização no Campo pode acelerar essa tendência”.

José Roberto Mendonça de Barros,
Economista

Outro momento importante foi a tradicional entrega do Prêmio Excelência ASBRAM, que neste ano homenageou o professor Antônio Ferriani Branco, zootecnista formado na Universidade Estadual Paulista (UNESP) de Jaboticabal, que contribuiu sistematicamente nos últimos quarenta anos para o aprimoramento dos sistemas de produção de carne e leite no Brasil. A apresentação dos principais números do estudo encomendado pela ASBRAM ao professor da Escola de Agronomia da Universidade de São Paulo (ESALQ), Joaquim Bento de Souza Ferreira Filho, sobre os ganhos econômicos que seriam alcançados com a isenção do pagamento do PIS x COFINS na venda de suplementos minerais no país, que resultaria no aumento da produção de proteína animal e de alimentos mais baratos, beneficiando os consumidores brasileiros.

A assinatura do acordo de cooperação técnica com o Ministério da Agricultura e Pecuária do Brasil (MAPA) para auxiliar o Ministério na capacitação de técnicos de empresas em metodologias de baixo carbono, a preparação de

propriedades para este novo mercado e o cálculo da pegada de carbono, além de apoio em projetos descarbonizantes e monitoramento de impactos. Cooperação ratificada pelo presidente da ASBRAM, Juliano Sabella, e o médico veterinário Bruno Meireles Leite, Coordenador Geral de Produção Animal no Departamento de Desenvolvimento das Cadeias Produtivas e Agregação de Valor da Secretaria de Inovação,

Desenvolvimento Sustentável e Irrigação do MAPA. E o anúncio do novo presidente da ASBRAM, o zootecnista, executivo da Connan e atual Vice-Presidente da Associação, Fernando Penteado Cardoso Neto, que assume o cargo no início de 2024. É válido lembrar que seu pai, Fernando Penteado Cardoso Filho, também já foi presidente da associação durante o biênio 2009 - 2010.

AR



Juliano Sabella e Bruno Meireles assinam convênio sobre pegada de carbono

Fernando Penteado Cardoso Neto assume Presidência da ASBRAM

O zootecnista e executivo da Connan Nutrição Animal comanda desde janeiro a Associação Brasileira das Indústrias de Suplementação Mineral (ASBRAM) e promete lutar pelo crescimento da associação e das empresas do setor

Ele traz no nome e no sangue a tradição do Agro Brasil e do empreendedorismo de um dos maiores baluartes do setor no país e no mundo. Fernando Penteado Cardoso Neto, carinhosamente chamado por todos de 'Ferzinho', é de família de produtores rurais e empresários do agronegócio, além de neto de um ícone do segmento, o engenheiro agrônomo e empresário Fernando Penteado Cardoso, fundador da empresa de adubos Manah e da fundação Agrisus. Fernando ainda tem como pai Fernando Penteado Cardoso Filho, engenheiro agrônomo graduado na Faculdade de Agronomia Luiz de Queiroz, da Universidade de São Paulo (ESALQ – USP), que presidiu a ASBRAM e foi um dos fundadores e líderes da Conann Nutrição Animal, além de executivo que brilhou durante 35 anos na Manah, galgando as mais diversas posições na indústria, sendo responsável por triplicar as vendas; reorganizar a área comercial e lançar tecnologias diferenciadas de aglomeração.

'Ferzinho' ocupou a Vice-Presidência da ASBRAM, é graduado em Zootecnia pela Universidade de Agronomia e Veterinária de Uberaba (FAZU), trabalhou com distribuição de laranja a supermercados de varejo e atacado com uma empresa

“ Entendo que temos um potencial de crescimento enorme e que, por meio da ASBRAM, podemos atingir novos patamares de eficiência, sustentabilidade e prosperidade na atividade”.

Fernando Penteado Cardoso Neto,
Presidente da ASBRAM

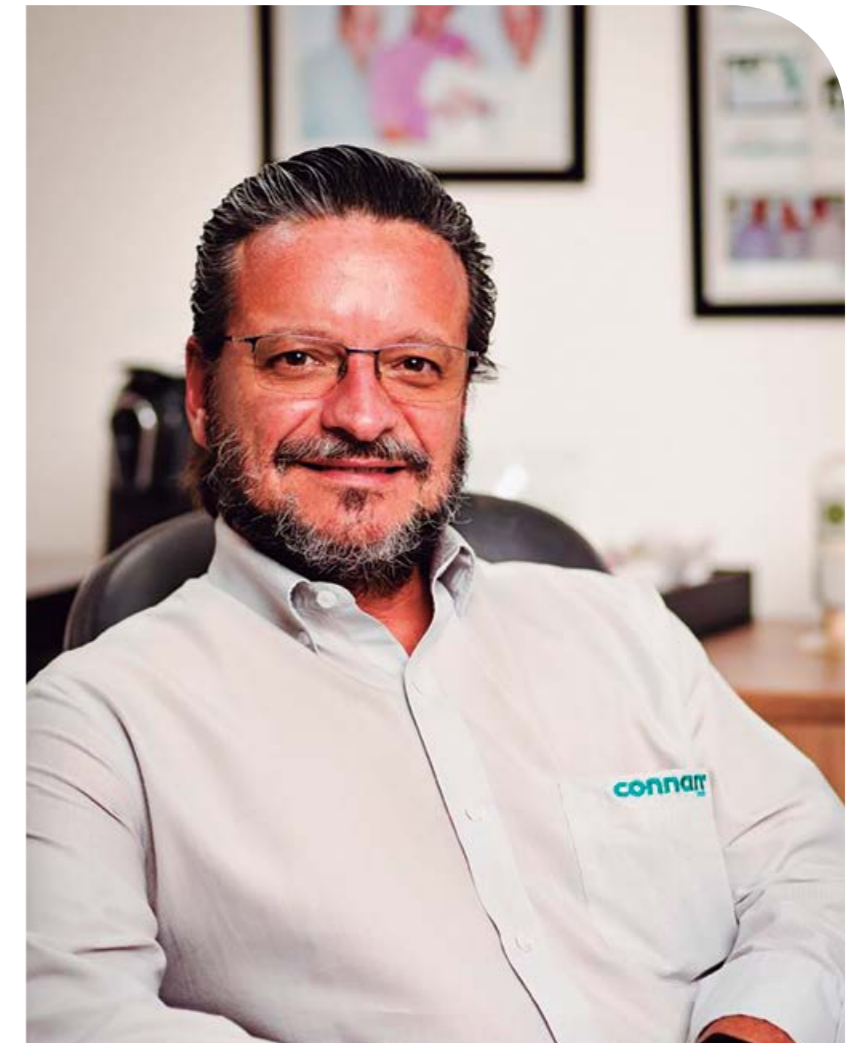
própria, e ocupou a gerência comercial da fazenda Mundo Novo, em Uberaba (MG), especializada na criação de gado Nelore Lemgruber, durante sete anos. Atualmente, é Presidente da Connan, uma das principais indústrias de nutrição animal do Brasil. Ele ocupa a presidência da ASBRAM desde 1º de janeiro, em substituição a Juliano Sabella.

Tendo como Vice-presidente Rodrigo Miguel e Leonardo Matsuda, Diretor Financeiro.

“O maior desafio da nova gestão é manter os trabalhos que ainda estão em execução e que foram iniciados pelos antigos gestores. Temos como meta trabalhar para aumentar os números de associados e ampliar a

sinergia e o bom relacionamento entre as empresas do setor”, afirmou Fernando Penteado. A ASBRAM atua desde 1997 no sentido de incentivar o uso correto da suplementação mineral, junto com o pasto, usando as soluções tecnológicas mais modernas lançadas pelas empresas do segmento. Atualmente, são 88 associados, sendo 63 produtores de suplementos minerais e 25 produtores de matérias primas, todas representando quase 70% das indústrias brasileiras produtoras de suplementos para a pecuária em todo o território nacional. Que vêm se aproximando cada vez dos estados produtores e de quem atua na atividade de pecuária e leite nas diversas regiões do Brasil. Sem falar no reforço cada vez maior na mensagem e no trabalho operacional em nome da sustentabilidade, que vem marcando fortemente a atuação das indústrias, o trabalho da associação e os debates promovidos nas três últimas edições do simpósio nacional das indústrias de suplementos minerais.

E a mais recente ação, o estudo encomendado ao professor do Departamento de Economia da ESALQ – USP, Joaquim Ferreira Filho, que comprova: a isenção de PIS/COFINS sobre produtos de nutrição animal destinados a bovinos resultaria em um aumento gradual no Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil, chegando a quase 1% até 2030. O estudo revelou, ainda, que a cada R\$ 1 em isenções fiscais, o PIB aumentaria em R\$ 1,49. Resultando no aumento da produção de proteína animal e alimentos mais baratos, beneficiando os consumidores brasileiros. Atualmente, as empresas do setor desembolsam aproximadamente R\$ 275 milhões no pagamento do imposto.



“A gestão presidida por Juliano Sabella executou um trabalho de excelência à frente da ASBRAM, por meio de ações de incentivo ao crescimento do setor e a defesa de pautas relevantes para a atividade. Fiz parte da gestão como vice-presidente e posso atestar que foi um trabalho sério e dedicado, o que torna meu desafio ainda maior, pois pretendo dar sequência às ações realizadas por ele, agora, como presidente da entidade”, reforçou Fernando.

O Brasil possui quase cinco milhões de propriedades rurais e por volta de duzentos milhões de cabeças de bovinos. O suplemento fornece os minerais essenciais para a saúde e o ren-

dimento destes animais, garantindo altos níveis de produção, pois mais de 90% desse rebanho passam a vida inteira no pasto e as gramíneas tropicais não fornecem todos os elementos de que precisam. “Pretendemos seguir com o trabalho de reforçar junto ao pecuarista a importância de investir e usar corretamente a nutrição animal de qualidade, reforçando a relevância da utilização de produtos idôneos na geração de resultados nas propriedades. Entendo que temos um potencial de crescimento enorme e que, por meio da ASBRAM, podemos atingir novos patamares de eficiência, sustentabilidade e prosperidade na atividade”, concluiu o novo presidente da entidade.

Mulheres cooperativistas no mar!

Duas mil profissionais ligadas ao cooperativismo debateram economia, produção agropecuária, felicidade e desafios, navegando no Oceano Atlântico



Duas mil profissionais ligadas ao cooperativismo brasileiro

Duas mil mulheres do Agro em um navio, cruzando o Oceano Atlântico de Santos (SP) a Balneário Camboriú (SC). Profissionais e descendentes que atuam há mais de cem anos construindo um pilar sólido na economia brasileira, o cooperativismo agropecuário, que hoje é representado por mais de 1.500 unidades e responsável por produzir e comercializar produtos para mais de cem países no mundo. Elas embar-

caram no 'Encontro Nacional das Mulheres Cooperativistas em alto mar', o ENMCOOP, no fim de novembro, no navio transatlântico da MSC, uma das maiores empresas mundiais de cruzeiros. Evento organizado pelo Grupo Conecta, para debater o panorama técnico da agricultura e pecuária do país, as questões de comércio nacional e internacional, gestão e administração dos negócios. E muito mais. Falar de família, felicidade, energia,

convivência e realização. Potencializar o conhecimento, focar no crescimento pessoal.

Uma programação cheia de conhecimento e troca de informações. Com painéis e palestras envolvendo esforço, competência, comunicação com as cidades, gestão, conectividade, inovação, sucessão, educação, agricultura regenerativa, finanças, mercados e estratégias. Gente como



As lições de vida da campeoníssima Hortência Macari

Marcia Leite, da Port Operations & Government Affairs Director MSC Cruzeiros; Priscila Araújo, especialista em Sustentabilidade na Bayer Crop Science para América Latina; Fernanda Falcão, Engenheira Agrônoma e Gerente Técnica da Sementes Falcão; Mariana Granelli, Especialista em Gestão de Empresas e Agronegócio, Coordenadora Jurídica e Sucessora da Usina Granelli; Andrea Oliveira, Diretora de RH & General Affairs da Sumitomo Chemical Latin American.

A apresentação especial foi da ex-atleta Hortência Macari, uma das maiores atletas da modalidade no planeta, melhor jogadora de copas do mundo da Federação Internacional de Basquete (FIBA) de todos os tempos e campeã mundial em 1994. Ela falou sobre 'Lições de uma vida: Estratégia, valores e atitude de uma campeã!' E bem mais. Desfile, confraternização, interação total, passeios, jantares e cuidados pessoais.

Outro destaque foi a presença das 'comandantes', mulheres de vários estados brasileiros com grande representatividade no agronegócio. Todos exemplos que hoje ratificam a presença da mulher no agronegócio e nas cooperativas como fato absolutamente consolidado. Um exemplo é o trabalho da Comissão Estadual de Mulheres da Federação da Agricultura do Paraná (Faep), que marcou presença no evento. Criada há dois anos, hoje conta com dezesseis coordenadoras regionais, mais de 300 coordenadoras locais, mais de duas mil e duzentas integrantes espalhadas por 76 comissões locais.

"Foi ótimo mostrar o trabalho das nossas mulheres, a importância da representatividade delas nos sindicatos rurais e na federação. E cada vez mais vemos que somos modelos realmente para outras federações" destacou Larissa Gallassini, que participou do painel 'Cooperação e

transformação: mulheres na agricultura liderando a mudança'. "Que bom poder mostrar o quanto estamos fazendo, o fortalecimento de nossas mulheres, que se tornam influenciadoras. A gente vai conversando, trocando ideias e experiências, e isso é importante e só fortalece", contou Mariluce Anchieta, que esteve no painel 'Desafios e oportunidades na gestão, conectividade e inovação no agronegócio'.

As mulheres garantiram durante o encontro que as cooperativas podem contribuir para tornar o campo ainda mais feminino, com iniciativas de engajamento e capacitação. "O Sistema S, do qual o Sescoop (Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo) faz parte, tem plataformas de capacitação gratuita que são geradoras de transformação. Muitas vezes, as propriedades familiares têm a presença apenas do casal e dos filhos, ou seja, essa qualificação é essencial para que a mulher conhe-



Luciana Martins lidera as "comandantes"

ça suas potencialidades e consiga gerir a empresa. O conhecimento amplifica a autoestima e, conseqüentemente, incentiva o aprofundamento da atuação das produtoras no campo", contextualizou Luciana Martins, diretora executiva do Grupo Conecta. Luciana ainda aproveitou o encontro para realizar o lançamento do livro 'O chamado de um Propósito'.




Marian Wolters, terceira geração de produtores rurais e suinocultora

O Consultor e CEO da MPrado Consultoria, Marcelo Prado, foi o único homem a se apresentar durante o ENMCOOP, explicando como o atual momento das economias mundial e brasileira estão impactando o agronegócio brasileiro, a gestão dos produtores e o caminhar dos preços. "Precisamos ter atenção para preservar nossa competitividade e nossos bons resultados. Teremos que voltar a ser competitivos a preços normais. Nos últimos 20 anos, a economia global cresceu 3,8% ao ano. A perspectiva para este ano é de 3%, em 2024 2,9% e de 3% até 2030. O radar mostra avanço, porém a desaceleração também aparece no horizonte e deverá impactar nos preços das commodities, inclusive as agrícolas", explicou. O analista ainda enfatizou que a dificuldade virá com empregos, vendas, capacidade de compra do consumidor. "Daqui para frente, teremos que aprender a conviver com uma formação de preços normal. E quando as coisas estão normais, precisamos ser mais eficientes", cravou.

O Brasil deve fechar 2023 sendo a nona maior economia do mundo, com

um Produto Interno Bruto de US\$ 2,31 bilhões. Mas ainda é pouco competitiva em vários setores, o que vai conter o avanço do país em 2024. "Produtores e produtoras rurais devem estar atentos porque seus resultados impactarão imediatamente nas definições de suas gestões e no que colherão delas", aconselhou. A Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) estima que a oferta de alimentos vai crescer 1,1% ao ano até 2033 enquanto o consumo deve subir 1,3% ao ano, com uma população que vai chegar a 8,5 bilhões. "Só o Brasil precisa entregar 41% deste volume. Entretanto, há alertas vindos do clima e seus impactos sobre a produtividade devem ser respeitados para que a proteção da rentabilidade das lavouras e dos rebanhos também possa ser garantida", arrematou Marcelo Prado.

Um alerta compreendido por todas as mulheres das cooperativas brasileiras. Por todos os mares da Terra. "Foi incrível. Fechamos a agenda sobre as águas do Atlântico com networking, muito conhecimento, aprendizado e momentos de lazer", comemorou Danilo Bomfim, Diretor do Grupo Conecta. 

A AgroAgência

Desde 1988 na estrada e com uma equipe de especialistas da **AgroComunicação**, a Publique Agência conhece a realidade do **AgroBrasileiro** e a necessidade de cada cliente, **porque coloca o pé no barro todos os dias**. Trabalha focada 100% no setor e é referência por sua história e prêmios.

Afinal, conhecemos o cliente dos nossos clientes, porque estamos presentes no dia a dia das fazendas brasileiras.

**Agroconceitos
Agroideias
Agrosoluções**



www.publique.com



PUBLIQUEAGÊNCIA
PROPAGANDA & MARKETING
A AGÊNCIA DO AGRONEGÓCIO

35
ANOS

Bionat mostra nova fábrica de bactérias e anuncia ampliação em 2024

A unidade pode produzir um milhão de litros de produtos biológicos, cobrindo área de 10 milhões de hectares. Grupo já anuncia ampliação da área de fungos para 2024

A Bionat, empresa da holding Essere Group, apresentou em novembro passado sua nova fábrica voltada para atender o crescente mercado de biológicos com produtos à base de bactérias. Um investimento de R\$ 30 milhões realizado no parque de fábricas de Olímpia (SP), com potencial para quase um milhão de litros, tratamento de 10 milhões de hectares com inovações à base de bactérias. O espaço tem um nível de assepsia comparável ao de uma UTI de hospital. Além disso, a nova tecnologia não precisa de muito espaço como as fábricas tradicionais. Vai produzir inoculante, bionemática e bioinseticida.

O inoculante é destinado a lavouras de soja, milho, algodão e cana. Estimula o sistema radicular das plantas e facilita a absorção de nutrientes, como o fósforo. É para o combate ao nematoide em culturas de soja, milho, algodão e cana. Destinado ao controle de lagartas na soja, milho, algodão, arroz, trigo e feijão. A fábrica pode ser duplicada até 2026, com investimento previsto em torno de R\$ 5 milhões.

A produção de Biológicos é uma das principais apostas do Essere Group, que reúne quatro unidades de negócios: Bionat Soluções Biológicas, Kimberlit Agrociências, Loyder Brasil e Floema Logística. Já em 2024, a corporação planeja investir de 8 a 19 milhões de reais na ampliação da primeira fábrica da Bionat, que funciona no mesmo



Antonio Carlos de Gissi Junior - CEO do Essere Group

complexo, que produz biofungicidas e está em operação desde 2019. Não é à toa. A projeção se sustenta na evolução dos biológicos nestes anos, como estratégia que complementa o manejo de pragas e doenças. Em 2022, o Essere Group faturou R\$ 445 milhões. E previa um avanço para algo como R\$ 600 milhões em 2023. Mas o período

foi turbulento para o agronegócio inteiro. Os preços dos insumos caíram, mas os preços dos produtos agrícolas também. A estimativa Essere caiu 20%, porém a presença no mercado avançou 30%. E o panorama desenhado acompanha o ritmo e otimismo que sempre marcaram a empresa, desde os anos 1980. Saltar para um

faturamento de 700 milhões em 2024 e 'rabisca' o primeiro bilhão de reais em 2025. "O Agro é difícil, vive momentos desafiadores, mas também avança sem parar. Nossa tarefa é produzir, ofertar ao campo, prestar assistência contínua e valorizar as nossas equipes, sempre direcionando os esforços pelo crescimento e pela valorização do trabalho do homem do campo", afirmou Antonio Carlos de Gissi Junior, CEO do Essere Group.

Para isso, conta com a performance importante da Bionat, referência nacional em soluções biológicas empregadas no Sistema Integrado de Manejo, já apontada como uma das que mais obteve registros de bioinsumos nos últimos anos. Que atua em parceria com as mais conceituadas empresas e universidades de pesquisas microbiológicas do Brasil, como a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), o Instituto Biológico de São Paulo e a Universidade de São Paulo (USP), para oferecer produtos inéditos e inovadores ao mercado no manejo das lavouras. "Temos 37 produtos na linha de lançamento para os próximos anos. E contamos com a sabedoria de 12 phd's e 25 de parceiros em desenvolvimento. E nossa ação depois de colocar uma nova tecnologia no mercado é amparar os produtores clientes com assistência plena, dirigida por mais de 250 profissionais no campo, programas on line de análise de dados ao longo de todo o desenvolvimento da lavoura", ressaltou Luiz Fernando Schmitt, Diretor de marketing, Pesquisa & Desenvolvimento, e Novos Negócios do Grupo. Em 2022, a empresa apresentou ao mercado o SPRINTER, um inoculante promotor do crescimento e solubilizador de nutrientes. Produto à base da bactéria Pantoea agglomerans cepa ESALQ 33.1, da USP, exclusiva da Bionat. Na safra 2022/ - 2023, o Essere

Group disponibilizou ao mercado o bioinseticida LEPTHURE, produto à base da bactéria Bacillus thuringiensis cepa S234, também exclusiva da Bionat, em parceria de pesquisa com a EMBRAPA. Para 2023, está previsto o lançamento de um bionemática fruto de pesquisa e desenvolvimento em parceria com a USP, num mercado que já superou o de nematocidas químicos e representa 75% do faturamento do setor.

"Abrimos novas unidades produtivas em 2019, em fungos, no ano passado, com os fertilizantes inteligentes da Loyder Brasil, a Bionat bactérias agora e as ampliações programadas para 2024 e 2-26. E fazer fábrica não é só erguer prédios e adquirir e instalar equipamentos. Tem equipes para o trabalho, áreas projetadas para proteção ambiental em resíduos, materiais perigosos, fluxo de cargas, tratamento de água, segurança dos funcionários. Sem falar em nossa atuação internacional no Paraguai, onde chegamos há dez anos. Um país com ambiente de produção muito semelhante ao Brasil e que vai requerer nosso olhar ainda mais interessado na parte sul do continente, com vendas, distribuidores e assistência técnica total", garantiu Luciano de Gissi, Diretor de Operações do Essere Group. **AR**

ESSERE GROUP

Nasceu em 2021

A palavra 'ESSERE' é italiana e significa 'Essência'

Empresas Kimberlit, Bionat, Loyder e Floema

Soluções biológicas, nutrição fisiológica, tecnologia de aplicação, fertilizantes e Transporte



Luiz Fernando Schmitt - Diretor de Marketing



Luciano de Gissi - Diretor de Operações do Essere Group

Grupo Matsuda moderniza fábrica de Minas Gerais

Ampliação vai permitir a produção de quatrocentas toneladas adicionais por turno, ao dia



Vista da fábrica em São Sebastião do Paraíso (MG)

No ano de comemoração de 75 anos de atuação no Agro Brasil, o Grupo Matsuda inaugurou no início de novembro a expansão de sua unidade fabril de Minas Gerais, em São Sebastião do Paraíso, dentro do conceito de 'indústria 4.0', que faz a convergência da automação industrial, incluindo inteligência artificial, internet das coisas e robótica. Um conceito que emprega soluções tecnológicas inteligentes no ambiente fabril, promovendo a melhoria contínua nos processos, obtenção de maior produtividade, sempre em paralelo com a qualidade e segurança alimentar de animais e de pessoas. A nova planta suporta a estrutura

física de uma unidade de suplementos minerais independente, e outra de núcleos e premixes. Integra o projeto uma torre de última geração, projetada e construída para otimizar a produção. O projeto foi adaptado às necessidades de formulação e produção do Grupo Matsuda, com capacidade de 400 toneladas por turno/dia.

A construção conta ainda com moinho de alta produtividade e baixo ruído, equipado com sistema de filtros que permitem o controle de fluxo e temperatura de moagem ideais, essencial para a preparação da matéria prima de maneira eficiente. Elevadores e redlers autolimpantes trabalham conduzindo a matéria prima e insumos em conjunto, com válvulas borboleta para manter o fluxo de matéria prima da produção com precisão, sem interrupções e sem contaminação cruzada. Um elevador monta-cargas, construído de forma robusta, facilita o transporte e abastecimento de insumos e produtos de forma eficaz e segura. Em conformidade com as normas de segurança e boas práticas, escadas, guarda corpos, corrimãos e plataformas garantem acesso a um ambiente de trabalho seguro. Com uma abordagem eficiente de projeto, uma construção robusta e a implementação de tecnologia elétrica e de automação de ponta, a instalação está perfeitamente preparada para impulsionar tanto a produção quanto a qualidade dos produtos Matsuda.

As ensacadeiras da linha nutrição e da linha de premixes são de boca aberta e possuem capacidade de ensaque de 14 sacos por minuto, com pesos precisos. Ambas também contam com regulação automática de peso, relatórios de produção com média de peso, produtividade/hora e ajustes por fórmulas. O sistema também possui equipamento de costura automático e conta com

datador automático de embalagens com capacidade de datar 40 sacos por minuto. O empaquetamento robotizado é todo automatizado e conta com vira e tomba saco, esteira com rolo quadrado, mesa pressora e magazine de pallet automático. A célula de carga kuka contém duas garras, que fazem o empacotamento perfeito das linhas de nutrição e de núcleos e premixes. Todos esses sistemas são de última geração. E essa é somente a fase de número um do projeto de expansão da Matsuda Minas. As novas fases virão nos próximos meses e englobam a nova linha de Alimento Pet, assim como novas instalações de sementes e laboratório.

Tudo foi apresentado numa cerimônia especial, realizada em novembro passado, na sede da unidade mineira, que recebeu diversos profissionais da Matsuda, autoridades políticas do município e do Estado, e parceiros industriais. Com direito a uma homenagem especial a todos os funcionários da Matsuda. Ali, são produzidas tecnologias para produtores de Minas Gerais, Rio de Janeiro e Espírito Santo. Onde já se

planejou duas outras fases de crescimento, com ampliação para nutrição de animais de companhia, sementes e alimentação de rebanhos. "Isso é resultado do trabalho de vidas inteiras dos nossos descendentes e das equipes que estiveram ao lado deles", afirmou Leonardo Cerise Junior, Diretor da Matsuda Minas. "É maravilhoso podermos investir no Agro brasileiro como estamos fazendo. Abrindo fábricas, contratando pessoas, mantendo equipes de trabalho, acreditando no negócio. Isso tudo, certamente, dá muito orgulho para as nossas famílias e para os nossos familiares que já se foram", complementou Leonardo Matsuda, Diretor da corporação.

A história da Matsuda começou com a saga de um jovem imigrante japonês, Shichiro Matsuda, que desembarcou do navio África Maru no Porto de Santos, em 1934, aos 14 anos de idade. Com a participação de Skio Sammi, nasceu o Grupo Matsuda, fundado na década de 40. Há 75 anos no mercado brasileiro, tem como foco principal



Leonardo Cerise e Leonardo Matsuda são a nova geração de executivos do Agro.

a produção e comercialização de sementes para pastagens, suplementos minerais, equipamentos agrícolas, inoculantes para silagem e saúde animal. A empresa também atua no segmento Pet, com linhas de alimentos para cães e gatos. E ainda tem a Incorporadora Matsuda, responsável pelos residenciais Portinari I e Portinari II. **AR**

GRUPO MATSUDA

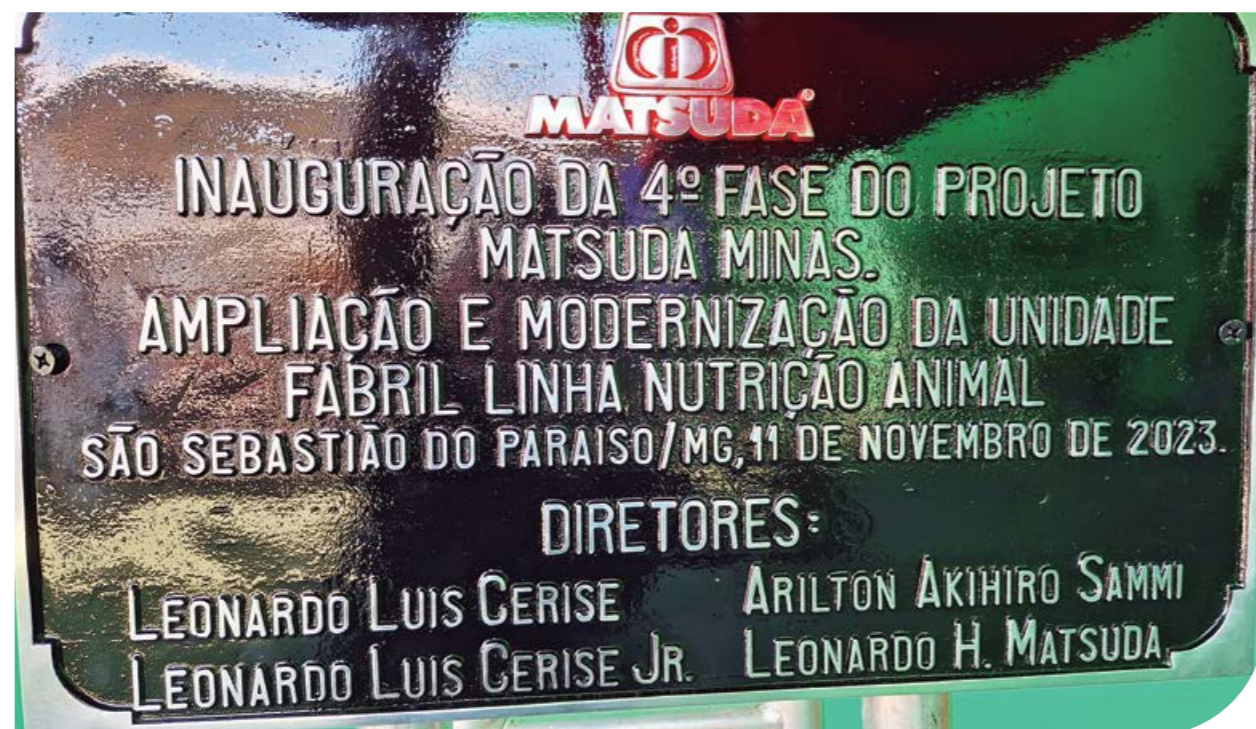
- # Início com Shichiro Matsuda e Skio Sammi
- # Década de 1940
- # 75 anos de atividades
- # Presença em 10 estados | 12 unidades
- # Produção e comercialização de sementes para pastagens, suplementos minerais, equipamentos agrícolas, inoculantes para silagem e saúde animal
- # A empresa também atua no segmento Pet, com linhas de alimentos para cães e gatos
- # Incorporadora Matsuda e os residenciais Portinari I e Portinari II



Auditório lotado para cerimônia, visita e almoço da ampliação da fábrica.



Cerimônia também contou com uma homenagem especial às mulheres que atuam na companhia.



Placa que destaca inauguração da fábrica em MG.

Inflação: o imposto invisível

Foi histórico. O Brasil teve menos inflação do que os países ricos por causa da política de juros

Ricardo Amorim

Economista e presidente da Ricam Consultoria

A inflação é um imposto invisível que reduz o poder de compra das pessoas. Quando os preços sobem mais rapidamente do que os salários, os trabalhadores e suas famílias têm a capacidade de adquirir produtos e serviços reduzida, mesmo que os salários tenham crescido. O descolamento entre o aumento de preços e os ajustes salariais gera um cenário desafiador toda vez que a inflação cresce. Os preços flutuam constantemente, enquanto os salários são revisados apenas uma vez ao ano. Esse desalinhamento resulta em um empobrecimento temporário até que os salários sejam reajustados, já que o rendimento recebido torna-se insuficiente para comprar o que antes era suficiente para comprar.

O Banco Central é o responsável por controlar a inflação e impedir que a população seja prejudicada por ela. Sua principal ferramenta para conter altas de preços é o ajuste da taxa básica de juros, a taxa SELIC. Ao elevar as taxas básicas de juros, o Banco Central encarece o crédito, tornando-o menos acessível para pessoas e empresas, que são forçadas a reduzir seu consumo. O encarecimento do crédito dificulta o acesso a empréstimos para a compra de bens de alto valor, como automóveis e imóveis. O setor imobiliário é particularmente afetado, com menos pessoas tendo condições de financiar a compra de um apartamento ou casa quando os

juros sobem. À medida que as incorporadoras conseguem vender menos imóveis, elas cancelam lançamentos que antes pretendiam fazer, levando operários e corretores imobiliários a terem uma redução em sua renda.

Trabalhadores que perdem seus empregos ou têm suas rendas reduzidas são forçados a gastar menos, afetando negativamente as vendas do comércio e a economia em geral. Tudo isso acontece quando a inflação está alta ou subindo, e o Banco central precisa

controlá-la. O contrário acontece quando a inflação está sob controle. Com preços mais estáveis, os juros caem e o crédito se torna mais acessível. O Banco Central brasileiro foi muito eficiente em controlar a inflação, recentemente. Pela primeira vez em muitas décadas, o Brasil teve menos inflação do que as economias desenvolvidas dos Estados Unidos e da Europa. Exatamente por isso, a taxa de juros no Brasil tem caído e vai continuar a cair, enquanto ela tem subido na maior parte do resto do mundo. **AR**



O dinheiro do agro Brasil

Crédito do segmento avança 10% em dois anos



R\$ 386 bilhões foram concedidos à população rural brasileira de outubro 2022 a setembro 2023.

Mais de R\$386 bilhões. Este foi o montante de crédito concedido à população rural brasileira de outubro de 2022 a setembro do ano passado. Os números foram divulgados pelo 'Boletim Agro' no fim do ano passado, publicação trimestral da Serasa Experian, empresa que lida com soluções de inteligência para análise de riscos e oportunidades. A tomada do recurso financeiro feita por essa população apresenta forte sazonalidade nas linhas Rural, Agroindustrial e Financeiras, com o pico registrado no 3º trimestre do ano passado e o menor montante nos primeiros três meses. O Cartão de Crédito é a única modalidade que não registra marco sazonal, apesar da expansão de 96% entre o


quarto trimestre de 2020 e o terceiro trimestre de 2023.

A comparação do último trimestre de 2023 com o mesmo período do ano anterior apresentou um crescimento no número de novos contratos de crédito rural e agroindustrial para proprietários rurais de todas as categorias. A maior variação positiva ocorreu entre a população agro sem registro de cadastro rural: arrendatários, com um incremento de 15,1%, seguidos pelos pequenos proprietários, que obtiveram um acréscimo de 6,1% de novos contratos. Os dados também mostram destaque para o pequeno proprietário, mas segundo o head de agronegócio da Serasa Experian, Marcelo Pimenta, o destaque regis-

trado para os pequenos precisa ser relativizado, pois reflete a distribuição dessa parcela na população agro. "Em nossa base, tomando em consideração a classificação do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA), de cerca de 9,5 milhões de perfis ligados ao agro, eles são maioria, significando 72,4% do total. Os médios representam 5,5%. Os grandes são 8,1% e os 'sem registro de cadastro rural, arrendatários ou grupo familiar' são 14,0%", explica.

No último trimestre de 2023, foram registrados cerca de 343 mil novos contratos de crédito rural e agroindustrial destinados à população agro, totalizando quase R\$ 65 bilhões. A análise das regiões agrícolas brasileiras re-

velou que o Sul liderou em volume e quantidade, atingindo R\$ 25 bilhões, em 175 mil contratos, sendo que essa quantidade superou todas as demais regiões somadas. Apesar disso, o Centro-Oeste teve destaque, pois apresentou os maiores tickets médios no período, com valor de R\$ 602 mil por contrato e R\$ 808 mil por CPF.

O novo 'Indicador de Inadimplência do Agronegócio da Serasa Experian', que considera dívidas atrasadas a partir de 180 dias, também ganhará atualização trimestral dentro do Boletim. E já mostrou que o percentual da população rural inadimplente caiu no 3º trimestre de 2023, indo para 6,7%. Na comparação com o trimestre anterior (abril a junho de 2023), a retração foi de 1% e, feita a relação com o 3º trimestre de 2022, a baixa registrada foi de 0,2 ponto percentual. A categoria que mais teve destaque na inadimplência foram aqueles identificados como 'sem registro de cadastro rural – arrendatários ou grupo familiar'. Desde o 3º trimestre de 2021, essa categoria sofreu um aumento que a descolou das demais, alcançando, no 2º trimestre de 2022, o percentual mais alto de nomes 'em vermelho' (12,5%). Em 2023, também no 2º trimestre, chegou a 13,5% e, nesse período, registravam o score médio mais baixo dentre todos os portes, com pouco mais de 468 pontos. Apesar disso, no 3º trimestre de 2023, marcaram melhora, com a taxa de inadimplência caindo para 10,0%. "O principal diferencial desse relatório é sua riqueza de detalhes. Conseguiremos entregar informações gerais, segmentadas por porte, faixa etária, linha de crédito, tempo de dívida, regiões agrícolas, unidades federativas. Um bom retrato financeiro do agronegócio no país", comentou o head de agronegócio da companhia. 



Crédito do segmento avançou 10% em dois anos

METODOLOGIA

- # Base de 9,5 milhões de donos de propriedades rurais e/ou aqueles que contrataram financiamentos rurais ou agroindustriais
- # Para o Indicador de Inadimplência do Agronegócio, pessoas com dívidas vencidas com mais de 180 dias e até 5 anos | Somando pelo menos R\$ 1.000,00
- # Instituições financeiras, agroindústria de transformação e comércio atacadista agro, serviços de apoio ao agro, produção e vendas de insumos e de máquinas agrícolas, produtores rurais, seguradoras não-vida, transportes e armazenamentos

REGIÕES BASE

- # Matopiba: Tocantins, Oeste da Bahia, Sul do Piauí e grande parte do Maranhão
- # Região Norte: estados do Norte, com exceção de Rondônia e Tocantins, mais o noroeste de Maranhão
- # Nordeste: estados do Nordeste com exceção de Matopiba e do noroeste do Maranhão
- # Centro-Oeste: estados do Centro-Oeste e Rondônia, além do Distrito Federal
- # Sul e Sudeste: coincidem com as regiões geográficas do Brasil

SERASA EXPERIAN

- # Criada em 1968
- # Análise de riscos e oportunidades
- # Foco em crédito, autenticação e prevenção à fraude
- # Faz parte da Experian Company desde 2007
- # Empresa global com matriz em Londres
- # Responsável por mais de 6,5 milhões de consultas diárias sobre empresas e consumidores
- # Protege mais de 2,2 bilhões de transações comerciais todos os anos

EXPERIAN

- # 22 mil pessoas operando em 32 países
- # Sede corporativa em Dublin (Irlanda)
- # Experian plc está listada na Bolsa de Valores de Londres (EXPN) e compõe o índice FTSE 100.



Fungicidas multissítios avançam na soja

Crescimento fica acima de 200% em quatro safras, chegando a R\$ 3,8 bilhões no ciclo 2022 - 2023

A crescente preocupação do produtor em controlar a ferrugem asiática e outras doenças economicamente relevantes da soja tracionou o mercado de fungicidas 'multissítios' (proteção por contato). O FarmTrak Soja, estudo exclusivo da consultoria Kynetec Brasil, revela que, entre as safras 2018 - 2019 e 2022 - 2023, as transações envolvendo esses produtos avançaram 218%, saindo de R\$ 1,2 bilhão para R\$ 3,8 bilhões.

A adesão aos multissítios chegou perto de 80% da área plantada de soja na safra 2022 - 2023, indicador que era de 5% no ciclo 2014 - 2015, e de 44% no período 2018 - 2019. "A pesquisa registra a consolidação do subsegmento. Multissítios estão hoje na relação de insumos estratégicos para a cultura da soja", resume Lucas Alves, gerente de contas da consultoria. Segundo ele, a categoria de fungicidas como um todo, porém, caiu para a segunda posição em valor: R\$

18,9 bilhões ou 33% do mercado de defensivos da oleaginosa, que apurou cerca de R\$ 57 bilhões. "Pela primeira vez na série histórica, herbicidas lideraram as vendas, com R\$ 20 bilhões ou 36% do total", arrematou.

De acordo com o executivo, essa mudança no ranking, entretanto, não deve persistir. "A expectativa é a de que os fungicidas retomem a ponta", salientou Alves. "Herbicidas tiveram desempenho mais elevado,

sobretudo, em virtude de aumentos nos preços e restrições verificadas na oferta recente por determinados produtos", justificou. "Fungicidas foliares, historicamente, representam aproximadamente 40% das vendas de defensivos para soja, ao passo que herbicidas situam-se na faixa de 22%", acrescentou o executivo da Kynetec. Para a consultoria, o preço dos herbicidas deve retornar aos mesmos patamares de safras anteriores já no ciclo 2023 - 2024.

DOENÇAS DA SOJA E MANEJO DE RESISTÊNCIA


Lucas Alves enfatiza que nas últimas safras o segmento de fungicidas foliares, especificamente os multissítios, cresceu expressivamente porque o produtor intensificou a adoção de

tais insumos nas estratégias de controle da ferrugem asiática, bem como na prática do manejo de resistência. Nesta, ele explica, alternam-se aplicações de diferentes ingredientes ativos para evitar que patógenos causadores de doenças desenvolvam resistência a fungicidas.

"A utilização dos multissítios ocorre normalmente em conjunto com fungicidas sistêmicos, como as carbamidas, estrobilurinas e triazóis. Pesou ainda no crescimento das vendas de multissítios a entrada de produtos ready mix, aqueles formulados em fábrica e dotados, simultaneamente, de propriedades sistêmica e multissítio, produtos à base de mancozeb, clorotalonil, cobre e outros compostos", emendou.

Os ready mix responderam por 40% do mercado de fungicidas multissítios na safra 2022 - 2023: R\$ 1,52 bilhão. "Em área tratada, produtos de concentração sistêmica e multissítio ainda têm menor representatividade ante o restante do segmento, contudo entregam o benefício de dispensar misturas em tanques", observou. O FarmTrak trouxe à luz a tendência de o produtor intensificar nas próximas safras o controle de outras doenças da soja, antes consideradas secundárias. "A ferrugem segue prioridade, mas o sojicultor tem olhado cada vez mais para o complexo de doenças, incluindo a mancha-alvo no Cerrado e o oídio no Sul, além de, mais recentemente, para as chamadas anomalias da soja", exemplificou.

O estudo tratou de 3,7 mil entrevistas pessoais com sojicultores, realizadas nas principais regiões produtoras da oleaginosa. A partir deste ano, a consultoria volta a campo para atualizar o levantamento, com ênfase na safra 2023-24. "O próximo estudo trará informações relevantes relacionadas a extremos climáticos observados nas regiões produtoras, em decorrência do fenômeno El Niño: calor extremo, chuvas intensas e chuvas irregulares, por exemplo, situações que interferem diretamente na dinâmica de manejo do produtor", antecipou Lucas Alves.

Líder da Kynetec para a América Latina, André Dias reforça que o FarmTrak Soja 2023 - 2024 deverá ficar pronto em maio. "E cobrirá as principais regiões produtoras, do Rio Grande do Sul ao Pará, representando 97% da área total da soja cultivada em território nacional", adiantou o executivo. 

Brasil produz 87 milhões de toneladas de ração e sal mineral

Balanco do Sindirações crava avanço de 1,5% na alimentação animal e de 6,3% em pets



O Sindicato Nacional da Indústria de Alimentação Animal (Sindirações) registrou um aumento de 2% na produção de rações de janeiro a setembro de 2023, cravando 62,6 milhões de toneladas. E a previsão da entidade é que o ano termine com um volume de aproximadamente 87 milhões de toneladas de rações e sal mineral, um incremento de quase 1,5% em relação a 2022. Para 2024, o CEO do Sindirações, Ariovaldo Zani, reforça que a indústria de alimentação animal, modulada pelo desempenho da cadeia, leva em conta as projeções preliminares disponibilizadas pelas entidades representativas dos produtores de carnes bovina, suína, aves,

ovos e leite e exportadores, e a produção de rações deve avançar algo em torno de 2,5%. "As estratégias da indústria do setor para enfrentar os desafios e oportunidades focam no planejamento apropriado para garantia de suprimento dos macros ingredientes, influenciado pelo desempenho das safras de milho, farelo de soja, cereais de inverno, etc. E dos micros ingredientes, notadamente as vitaminas, enzimas e demais aditivos importados e precificados em dólar. Já as tendências em nutrição animal e aditivos para rações que devem se destacar são aquelas voltadas à mitigação da pegada de carbono, ou seja, da descarga poluidora (nitrificação, eutrofização, matéria orgânica)

SINDIRAÇÕES

Fundado em 1953

Representante da indústria brasileira de rações, concentrados, núcleos, premixes e suplementos/sal mineral junto aos principais organismos nacionais e internacionais

Reúne 140 associados | 90% do mercado de produtos destinados à alimentação animal

Sede em São Paulo | Filiado à FEEDLATINA, Asociación de las Industrias de Alimentación Animal de América Latina y Caribe e International Feed Industry Federation (IFIF)



Nutrição de cães e gatos cresce 6,3% em janeiro - setembro 2023

e da emissão dos gases do efeito estufa", enfatizou.

Nos números fechados até dezembro de 2023, contabilizando o período janeiro – setembro, a demanda dos frangos de corte incrementou em 3%, as poedeiras 1%, os suínos 2,4%, bovinos de corte caíram 5,1% e de lei-

te 1,1%. Na aquicultura, o aumento foi de 2,8% e, finalmente, o avanço impressionante de 6,3% no caso dos cães e gatos. "Houve avanço das rações para frangos de corte e alimentos para cães e gatos na primeira metade do ano. Um movimento contrário ao retrocesso apontado na alimentação industrializada do plantel leiteiro,

prejudicado pela retração no consumo doméstico dos lácteos e das importações de leite que quase dobraram ainda no primeiro semestre. Porém, é importante ressaltar que o provável incremento, tradicionalmente apurado ao longo dos segundos semestres, permite apostar numa produção positiva em 2023", previu.



PRODUÇÃO DE RAÇÕES (MILHÕES TONS)

SEGMENTO	JAN A SET 2022*	JAN A SET 2023**	%
Aves	31,8	32,7	2,7
Frango	26,7	27,5	3,0
Poedeiras	5,13	5,18	1,0
Suínos	15,5	15,9	2,4
Bovinos	9,0	8,7	-3,1
Leite	4,5	4,4	-1,1
Corte	4,53	4,29	-5,1
Cães e Gatos	2,76	2,93	6,3
Equinos	0,477	0,481	0,8
Aquicultura	1,21	1,24	2,8
Peixes	1,07	1,10	1,9
Camarões	0,131	0,144	9,8
Outros	0,627	0,661	5,4
Total Rações	61,4	62,6	1,9
Sal Mineral	-	-	-
Total Geral	61,4	62,6	1,9

Milhões de toneladas. *Estimativa. **Previsão.

COP28 - Dubai



Carlião da Publique na cobertura especial da COP28 nos Emirados Árabes Unidos.



Com Benjamin Ferreira Neto, Vice-presidente da ANFACER.



Alessandro V. Arco Gardemann, empresário.



Com David Noronha, CEO da Energy Source.



Com Adielton Galvão de Freitas, Líder de Sustentabilidade da CEMIG.



Com Rodrigo Rollemberg, Secretário de Economia Verde do Brasil.



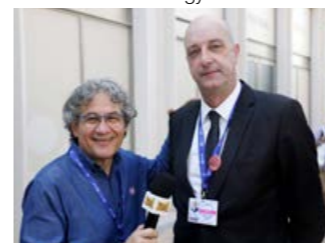
Com Nafeez Ahmed, jornalista.



Com Isabel Ferreira, Diretora Executiva da Rede ILPF.



Com Waleska Del Pietro Storani, especialista em cidades inteligentes.



Com Jorge Delgado, Secretário Nacional de Mobilidade Urbana de Portugal.



Com Nathalie Walker, Diretora da National Wildlife Federation (NWF).



Com estudantes da FAAP, Nicholas Passeto, Lívia Martins e Sophia Tanaka.



Com Marcos Azevedo, da Bravo Logística.



Com Marcelo Sarno Pasquini.



Com Cristhyano Cavali, da Universidade Livre do Meio Ambiente.



Com Andréa Vulcanis, Secretária de Meio Ambiente do Estado da Goiás.



Com Marussa Boldrin, Deputada Federal.



Com Felipe Marçal Cota, Presidente da Zero Carbon Logística.



Com Juliana Lopes, Diretora da CBEDs.



Com Valdemar Jorge, Secretário de Meio Ambiente do Paraná.



Com Julie Messias, Secretária de Meio Ambiente do Acre.



Com Alexandre Silveira, Ministro de Minas e Energia do Brasil.



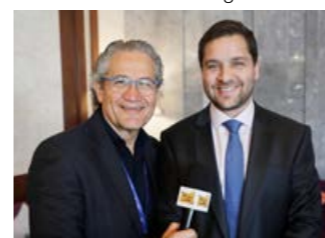
Com Erasmo Carlos Battistella, empresário e Presidente da B&B.



Com Renato Casagrande, Governador do Espírito Santo.



Hana Tuma, Vice-governadora do Pará.



Com Thiago Pompolho, Vice-governador do Estado do Rio de Janeiro.



Com Eduardo Taveira, Secretário de Meio Ambiente do Amazonas.



Com Guilherme Dallacosta, Secretário Adjunto do Meio Ambiente de Santa Catarina.



Com Marjorie Kauffman, Secretária de Meio Ambiente do Rio Grande do Sul.



Com Flávio Castellari, Diretor Executivo da APLA.



Com Maurício Borges, Presidente da ANFACER.



Com Bruno Pessoa Serapião, Presidente da ATVOS.



Com Caio Dafico, Vice-presidente de Novos Negócios da ATVOS.



Com Thomaz Toledo, Presidente da CETESB.



Com Paulo Herrmann, Embaixador do Agro.



Com Caio Magri, Presidente do Instituto Ethos.



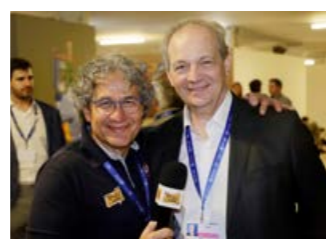
Com Mauren Lazzaretti, Secretária de Meio Ambiente do Mato Grosso.



Com Dyogo Oliveira, Presidente da CNSeg - Confederação Nacional das Seguradoras.



Com Daniel Raul Randon, CEO da RandonCorp.



Com Joarez Piccinini, Diretor de Relações Internacionais da RandonCorp.



Com Gabriela Fernandes, zootecnista.



Com Rafaela Camaraense, Secretária de Meio Ambiente da Paraíba.



Com Gino Carlos, Secretário de Meio Ambiente de Alagoas.



Com Roberto Azevêdo, o Embaixador brasileiro que é Presidente da Iniciativa Internacional para o Agronegócio Brasileiro da ABAG.



Com Guilherme Plai, Secretário de Agricultura, Pecuária e Abastecimento do Estado de São Paulo.

COP28 - Dubai



Com Silvia Massruhá, Presidente da Embrapa.



Phelipe de Carvalho Mello Spielmann, CEO da Bluebell Index.



Com Edurado Bastos, Líder de Sustentabilidade da ABAG.



Thiago Falda, Presidente Executivo da ABBI.



MARIA Tereza Umbelino de Souza, Presidente BMW Global.



Com Francisco Barreto Dalla Vecchia.



Com Fernando Sampaio, Diretor de Sustentabilidade da ABIEC.



Com Marcelo Freire, Chief Green Officer - YYY Capital.



Com Evie Gonçalves e Thomaz Toledo conhecendo um pouco da cultura árabe.



Com Jean Paul Prates, Presidente da Petrobras.



Com Nisia Trindade Lima, Ministra da Saúde do Brasil.



Com Marcos Molina, da Marfrig Group, e João Sampaio.



Com Evandro Gussi, Presidente Executivo da UNICA.



Com Thales Fernandes, Secretário de Pecuária, Agricultura e Abastecimento de Minas Gerais.



Com José Silva, Deputado Federal.



Com Geraldo Magela Silva, professor universitário.



Com Rafael Tello, Diretor de Sustentabilidade da Ambipar Group.



Com Luiza Bruscato, Diretora Executiva do GTPS, e Sheila Guebara, Líder de Sustentabilidade da JBS.



Com Ricardo Negrini, Procurador da República Brasil e Pedro Burnier, Diretor da ONG Amigos da Terra.



Com Marcelo Brito, Secretário Executivo do Consórcio Amazônia Legal.



Com Jorge Viana, Presidente da APEX, e Carlos Fávaro, Ministro da Agricultura do Brasil.



Com Alexander Rose, Gerente Sênior de Meio Ambiente - Pacto Global da ONU.



Com Renata Miranda, Secretária de Inovação do Ministério da Agricultura e Pecuária do Brasil.



Com Francisco Ignácio Rabelo Jardim, fundador da SP Ventures.



Com Peter Fernandes, CEO da Mombak, e Jennifer Alves Queen.



Com Luiz Roberto Barroso, Ministro do Supremo Tribunal Federal.



Com Helder Barbalho, Governador do Pará.



Raoni Rajão, PHD e professor universitário.



Com João Adrien, Vice-presidente da Sociedade Rural Brasileira.



Com Mariana Vasconcelos, fundadora da Agrosmart.



Com Marcelo Morandi, Pesquisador e ex-chefe da Embrapa Meio Ambiente.



Com Peter Fernandes, CEO da Mombak.



Com Rattan Lal, Prêmio Nobel da Paz.



Com Daniel Vargas, Coordenador do Departamento de BioEconomia FGV.



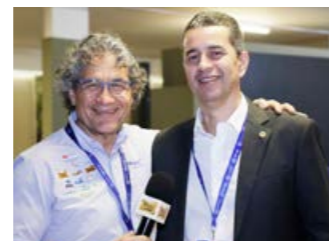
Com Amanda Purger, Secretária do Meio Ambiente de Paragominas.



Antônio Pitanguí de Salvo, Presidente da FAEMG.



Gedeão Pereira, Presidente da FARSUL.



Com Muni Lourenço, Vice-presidente do CNA.



Com Natasha Santos, Líder Global de Sustentabilidade da Bayer.



Com Liége Vergili Correia, Diretora de Sustentabilidade da JBS.



Com Gracita Barbosa, produtora rural.



Carlão, Vera Varela e Cairo Rodrigues, do Grupo Publique.

Diálogos Boi na Linha - Marabá, Pará



Com Roberto Paolinelli.



Com Ivens Domingos.



Com Fernando Gavalni.



Com Maurício Fraga Filho, presidente da Associação dos Criadores do Pará (ACRIPARÁ).



Com Rafael Andrade.



Com Fernando Sampaio.



Com Ricardo Negri.



Com Marina Guyot.



Com Francisco Vicer.



Com Marina Piatto.



Com Jordan Timo Carvalho.



Com Pedro Burnier.



Com Ricardo Andrade.



Com Mauro Lúcio.



Com o pessoal da Audsat no CONACREDI.

Conacredi



Com Fábio Hull e Fábio Zenaro.



Com Fernando Pimentel.



Com Mayra Delfino.



Com Luiz Tângari, CEO da Tarken.

Encontro das Mulheres Cooperativistas em Alto Mar



Com Márcia Leite, Diretora da MSC Cruzeiros



Com Evelin Quieroz, do Clube Agro.



Carlão, Andréia Bernabé, Luciana Martins e Márcia Leite.



Ulisses Riba, editor da AgroRevenda.



Com Andréia Bernabé.



Marcelo Prado, consultor e palestrante.



Hortência Vacari, ex-atleta e palestrante.



Roberta Paffaro.

dsm-firmenich - Coletiva de Imprensa



Com Luiz Fernando Magalhães, da dsm-firmenich



Com Vanessa Porto, da dsm-firmenich



Com Túlio Ramalho, Diretor de Vendas da dsm-firmenich.



Com Sergio Schuller, da dsm-firmenich.

DATAGRO Markets



Com Anderson Alvarenga, Diretor Comercial.

FIESP - Reunião de Novembro 2023



Com a Ministra Ellen Gracie do STF.



Com o ex-Ministro Carlos Velloso do STF



Com Manoel Mário de Souza, presidente da ALAGRO.

Na FAESP



Com Tirso Meirelles, presidente da FAESP.

No inpEV



Carlão, Anderson Siqueira, Renato Leite Jr., Marilene Iamauti e Marcelo Okamura, do inpEV, Ulisses Riba e Tatyane Isa Nascimento.



Marcelo Okamura, Presidente do inpEV.



Na gravação do programa Fala Carlão.

13º Simpósio Nacional ASBRAM



Com Lauriston Bertelli.



Com Prof. Dr. Joaquim Bento.



Com Juliano Sabella, Presidente da ASBRAM - biênio 2022/2023.



Com Alessandro Medeiros.



Com Túlio Ramalho e Sergio Schuller, da dsm-firmenich.



Com Leonardo Cerise e Leonardo Matsuda.



Com Rodrigo Silva Miguel.



Equipe dsm-firmenich com Juliano Sabella, Presidente da ASBRAM - biênio 2022/2023.



Com Jorge Caldeira.



Com Professor Fernando Leonel e Davi Araújo.



Com Leonardo Matsuda e Dr. Wilson Rondó Jr.



Com Marco Túlio Soares.



Com José Mendonça de Barros.



Com o Prof. Dr. Antônio Ferriani Branco.



Com Fernando Penteadinho Cardoso Neto, atual Presidente da ASBRAM.



Com Ademar Leal.



Com Marcos Mantelato.



Com Nelson Lopes.



Mylene Abud (Grupo Publicque), Aline Gomes (dsm-firmenich) e Priscila Pontes (Grupo Publicque).



Com Alessandro Medeiros e Letícia Moreira.

13º Simpósio Nacional ASBRAM



Com o Dr. Wilson Rondó.



Com Victor Campanelli.



Com Mauricio Velloso e Victor Campanelli.



Com Marcos Jank.

OPENEEM - Happy Hour



Com Gustavo Fracasso, Diretor Comercial do Sistema Sul.



Com Chico Bertolini, Gerente Regional.



Com Gabriela Lindemann, CEO.



Com Ricardo Colombo, Head Técnico.



Com Sylvia Glinternick Ostronoff, Assessora Executiva.



Com o casal de amigos Cristiane e Giovane.

FUNDEPAG



Com Antônio Álvaro Duarte de Oliveira.



Com Carlos Correa.



Com Luís Madi.



Com Édson Fernandes.



Com Aramis Moutinho.



Com Francisco Matturo.



Com Ana Cláudia Câmara Pereira.



Com Christian Lohbauer.



Com Adriana Verdi.

SuperAgro 2024



Com Luis Carlos Cavalcante, Head Comercial da ORO AGRI Rovensa Next.



Ulisses Riba, Carlão, Anderson Siqueira e Roberto José, do Grupo Publique.



Com Antonio Luis Santi, Doutor em Ciências do Solo, e Rodrigo Dias, CEO da ConnectFarm.



Com George Hiraiwa, Presidente do Cagriagro.



Com Welles Pacoal, CEO do AgroGalaxy.



Com Eron Martins, Chefe de Operações Financeiras do AgroGalaxy.



Com Axel Jorge Labourt, Chefe de Operações do AgroGalaxy.



Com Eduardo Cancellier, o mais novo especialista global da ICL.



Com João Paulo Frez.



Com Marcelo Zanchi, Diretor de Marketing, P&D e Soluções Agrônomicas do AgroGalaxy.



Com os gestores do AgroGalaxy.

Na USP/SP e Livraria da Vila



Com a psicóloga alemã, Cathérine Hartmann, especialista em Psicologia Ambiental.



Com Karen Mascarenhas, Diretora de RH do Centro de Pesquisas e Inovação em Gases de Efeito Estufa, uma parceria público privada da Shell com a USP.



Com Alexandre Breda, Gerente de Sustentabilidade e Inovação da Shell.



Com Marcelo Rodrigues, fundador da KrillTech.



Com Cristina Oliveira, Diretora de Gente e Sustentabilidade da Cibra Fertilizantes.



Com Santiago Jaramillo, CEO da Cibra Fertilizantes.



Com Kelly Nakaura, Diretora de Marketing da Cibra Fertilizantes.



Com Adriana Mesa, esposa de Santiago Jaramillo.

SuperAgro 2024



Riba Ulisses e Luiz Carlos Cavalcante, Diretor Comercial da Rovensa Next.



Com Bruno Morais e Equipe da Tecnomyl.



Com Sérgio Fraga, Diretor Comercial para Região Sul do AgroGalaxy.



Com Gustavo Calderon, Diretor de Sementes do AgroGalaxy.

Grupo Publique Day 2024



Renato Leite Jr., vendedor, e Gutche Alborghetti, Diretor de Criação.



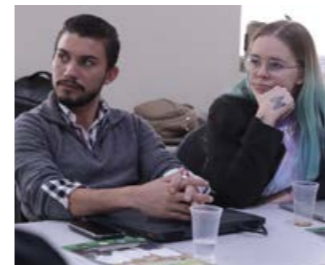
Carlão da Publique, CEO do Grupo Publique.



Anderson Siqueira, vendedor do Grupo Publique.



Priscila Pontes, Atendimento, Márcia Benevenuto, jornalista e Marco Aurélio Araújo, editor de vídeos.



Éder Inácio e Ana Flávia.



Júlio César, editor de vídeos e Felipe Rodrigues, social media.



Roberto José, jornalista, e Ulisses Riba, Diretor de Conteúdo.



Nataly Oliveira, Gestora Digital do Grupo Publique.



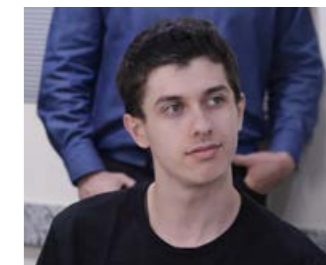
Murilo Trevisan, Diretor de Planejamento do Grupo Publique.



Rafael Alves, estagiário.



José Carlos Castro, editor de vídeos.



João Bonanni, assistente de arte do Grupo Publique.



Adriana Bonanni, Administrativo e Financeiro do Grupo Publique.



Fany Michel, editora de vídeos.



Paulo Bonanni, Gestor de Vendas do Grupo Publique



Carlão entre Nadege Saad e Klaus Apolinário, do e-Agro do Bradesco.

A safra e seus impactos

Tudo sobre a Safra 2024, com as consequências do clima na produção brasileira. Um balanço geral, mostrando como deverá ser a produção neste ano, com ênfase para os reflexos para o segmento de distribuição de insumos. Como a Distribuição e as Cooperativas vão reagir diante desse cenário. Qual deverá ser a postura do setor em um ano de continuidade do que foi 2023.

Circula durante a



Participe da próxima edição da Revista AgroRevenda. Confira o Mídia Kit da Plataforma Agrorevenda pelo QR-Code ao lado.



Entrevista

Marcelo Okamura, Presidente do InpEV.

O Brasil atingiu a marca de 750 mil toneladas de embalagens vazias de defensivos agrícolas destinadas de forma ambientalmente correta nos últimos anos.

AgroRevenda nas grandes feiras

cobertura das principais feiras do agronegócio brasileiro, concentradas nos primeiros meses do ano.



Markestrat

Novo momento das revendas agropecuárias e os três pilares para excelência na Distribuição.

Pecuária

Como consequência de uma safra afetada pelas questões climáticas, os preços dos componentes para a produção de rações e demais de alimentos e suplementos dos animais de produção podem ficar mais altos ao longo desse ano.



O ANO DAS COOPS

Cooperativas agropecuárias brasileiras realizam suas assembleias de prestação de contas de 2023, um ano marcado por desafios para a agricultura brasileira em razão, entre outros fatores, dos preços internacionais das commodities.

ATO COOPERATIVO

A promulgação da Reforma Tributária selou a maior conquista do cooperativismo brasileiro em uma década: o adequado tratamento do ato cooperativo e a criação de um regime específico de tributação para as cooperativas.



Cavalos atletas

O hipismo é uma modalidade esportiva praticada por um conjunto formado por dois atletas, o cavaleiro e o cavalo. Cuidar da saúde geral do animal é, portanto, essencial. Atenção especial para as articulações, para que o cavalo tenha longevidade no esporte.

Mercado Pet

O mercado nacional de produtos pet segue em ritmo aquecido. A Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet) faz um balanço do setor no ano passado e uma estimativa do que deve ser o desempenho neste ano.

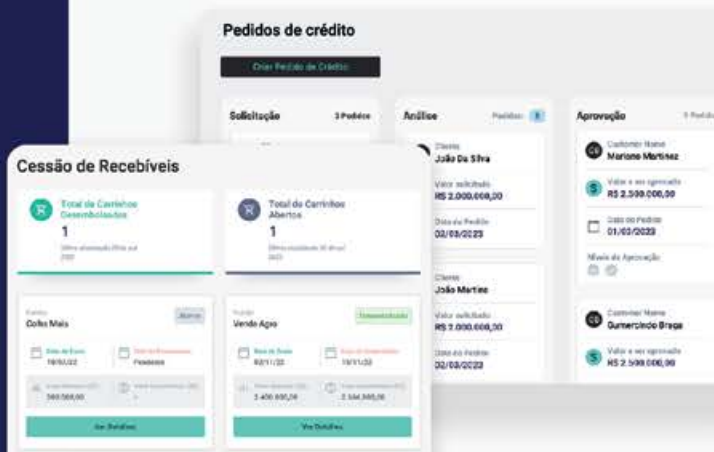
Traive: Conectando a cadeia agrícola à tecnologia e inteligência financeira

Reduza riscos e tome decisões de crédito mais ágeis e embasadas com a Inteligência Artificial exclusiva da **Traive**

Análises de crédito
com governança e menos
risco em minutos



Fidelização de clientes com
processos simples e rápidos
Maior liquidez ao acessar
novos investidores



Saiba mais sobre nossas soluções e **agende uma conversa** com nosso time de especialistas

traivefinance.com ☎ +55 (11) 3031-8118

Siga-nos em: @traivebrasil

