

AgroRevenda

A Plataforma de Conteúdo da Distribuição Agro



AGRISHOW 2024

A safra, a feira e as inovações



Entrevista
Marcelo Okamura,
Presidente do InpEV:
"A Revenda é ESG
e faz tempo"



AgroCooperativas
Willem
Berend Bouwman,
Presidente
da Castrolanda



ANDAV
José Hara,
novo Presidente
do Conselho
da Andav



Futuro
Luis Napo, Diretor de Risco
da Traive: "Atuaremos
em várias fases da
cadeia produtiva"



CONTRATE CRÉDITO RURAL
E CONCORRA A

tratores 0km

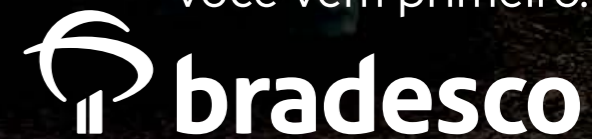
A cada **R\$ 10 mil** em operações
contratadas, você já concorre.



Saiba como
participar.



Entre nós,
você vem primeiro.



Crédito sujeito à aprovação, enquadramento técnico e demais condições técnicas. Válida para operações de Crédito Rural (CORU/CBR) e/ou BNDES Agropecuário e/ou Microcrédito (limite gasto=50%). Promocão válida de 1/8/2022 a 15/7/2024. Consulte condições de participação e rescalamento completo em bradesco.com.br/promocoes. Certificação de Autenticidade: SFE/ME nº 04.029282/2023. Fone: Ffcll Bradesco: 4002.0022/0900. 570.0022. SAC - ALB Bradesco: 0800.704.8383. SAC - Deficiência Auditiva ou de fala: 0800.722.0099. Ouvidoria: 0800.722.9933. Fotos meramente ilustrativas.

Nova Chevrolet

S10 HIGH COUNTRY

Reserve sua S10, a picape **brutalmente exclusiva.**



RESERVE A SUA



CHV 207 28

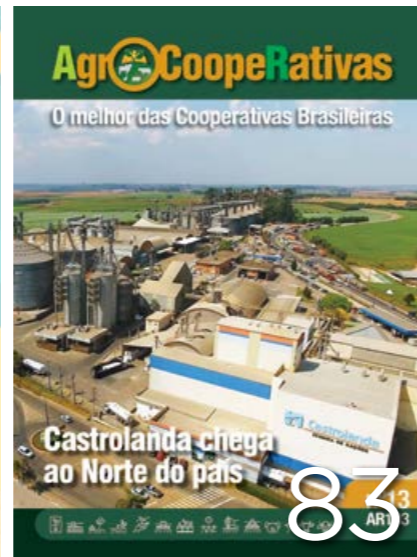


Paz no trânsito começa por você.

Os veículos Chevrolet estão em conformidade com o Proconve - Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores. SAC: 0800 702 4200.



Juntos
na direção



entrevista	10	opinião	80
Marcelo Okamura, Presidente do inpEV		Reforma Tributária: impactos para as revendas	
acordo UE	16	AgroCooperativas	83
Comércio MERCOSUL - União Europeia		Castrolanda chega ao Norte do país	
capa	22	solo	92
Agrishow 2024, a safra, a feira e as inovações		Microgeo lança Inoculantes VIGORGEO	
Publique AgroAgência	40	fungicidas	94
10 reflexões para performance em AgroEventos		Milho adere aos fungicidas	
Andav	44	futuro	96
ANDAV empossa diretoria e mostra força política		'Pecuária do Futuro'	
K+S Minerals and Agriculture GmbH	49	inoculantes	98
Gigante do mercado global há 70 anos no Brasil		Inoculantes do Brasil	
Done Solutions	50	integração	102
Done Solutions é Comércio Agro Mundial!		Nova Lei dos Pesticidas	
eventos	52	saúde animal	103
Publique, Bradesco, ICL e Mosaic na Expodireto Cotrijal		Saúde Animal cresce 3% em 2023	
Especial Green Has Group	55	nutrição	104
Líder em nutrição vegetal há mais de 20 anos no Brasil		Nutrição de cinco culturas movimenta R\$ 140 bilhões	
Especial TechFertil	55	perspectivas	106
Já é uma das marcas mais presentes no Agro Brasil		Brasil 2024: empresários otimistas, mas Governo preocupa!	
Falando de Bichos	61	sustentabilidade	112
Tudo de Pet. Tudo de Bom.		ESG só existe com Ação!	
fertilizantes	68	visão	114
Entregas de fertilizantes crescem 11,6% em 2023		Tecnologia e Clima	
Plant Health Care	70	Distribuição Agro Brasil	116
PHC lança TEIKKO™ contra nematoides		Distribuição Brasil 2024!	
markestrat agro revendas	72	distribuição	130
O Novo Momento das AgroRevendas		A Distribuição na cidade!	
markestrat profissional de vendas	74	business	138
Cooperativas Distribuidoras		Boa Safra constrói Centro de Distribuição em MT	
markestrat sucessão	76	por onde andamos	136
O Tripé da Excelência na Distribuição		Eventos e encontros do Agronegócio Brasileiro	
nova agricultura	78	o que vem na próxima AgroRevenda	146
Agricultura Regenerativa		Safra 2024	

Ajudamos **mais de mil empresas** do **agro** a crescer. Convidamos a sua a ser a próxima.

Somos o maior portfólio tech para o agro. Nossas soluções realizam a gestão completa e integrada de todas as operações. Conheça a Aliare e saiba como a tecnologia pode impulsionar os resultados do seu negócio.



ERP (Gestão)



CRM (Vendas e relacionamento)



Receituário agrônômico



BI (Inteligência de dados)



WMS (Gestão de armazenagem)



Assinatura digital e eletrônica



Hub de integrações



Infraestrutura e Cloud



Educação corporativa EaD



aliare



www.aliare.co



TATYANEISA MASCIMENTO / PUBLIQUE BANCO DE IMAGENS

Olá, leitor!

Estamos quase fechando o primeiro semestre e a Companhia Nacional de Abastecimento, a CONAB, ainda não fechou os dados sobre a real safra de verão colhida. Logo, não sabemos exatamente qual foi o tamanho do prejuízo causado pelo clima. Mas os problemas financeiros causados pela queda forte nos valores dos grãos deixou um saldo negativo bem conhecido, desde o fim do ano passado.

Porém, nestes cinco meses, nossa plataforma acompanhou de perto os encontros do setor em vários estados. E conferimos a energia e a força de trabalho do produtor rural. Conversando, indo atrás do crédito, investindo em novas tecnologias, plantando a safra de inverno, planejando a safra de verão 2024 - 2025.

E um ímpeto que certamente também vai brilhar mais uma edição do Agrishow, em Ribeirão Preto. Essa realidade é um dos grandes motivos que fazem o Agro Brasil não parar de crescer, independentemente de crises ocasionais.

E você ainda confere essa verdade nas próximas páginas.

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

REPORTAGENS E EDIÇÃO DE SITE: Roberto José Francisco
(PLATAFORMAS AGROREVENDA, AGROCOOPERATIVAS E FALANDO DE BICHOS)
roberto@publique.com
(43) 9.3914.5485

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

Mylene Abud
mylene@publique.com
(11) 9.9595.3213

AGRO JORNALISTA E APRESENTADORA: Ana Flávia Lourenço
ana@publique.com
(34) 9.9879.1373

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: Arthur Gonzaga
arthur@publique.com
(34) 9.9300.8895

Lavinia Carvalho
lavinia@publique.com
(34) 9.9978.8177

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

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

Anderson Siqueira
anderson@publique.com
(11) 9.8863.1675

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

Giovana Rocha
giovana@publique.com
(11) 9.7736.6660

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) 9.7082.6509

AGRO EDITORES DE VÍDEOS: Anna Margues
annamargues@publique.com
(34) 9.9232.9645

Fany Michel
fany@publique.com
(34) 9.9911.0536

Julio Cesar Pereira da Silva
julio@publique.com
(11) 9.9156.1702

Pedro Moraes 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) 9.9829.2158

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: MettingColor

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.agrovevenda.com.br agrovevenda@agrovevenda.com.br

www.agrovevenda.com.br



PRESIDENTE E FUNDADOR: Carlos Alberto da Silva

www.publique.com



Consórcio Agro Bradesco: solução de crédito sob medida para produtores rurais

A Bradesco Consórcios coloca à disposição do empreendedor o Projeto Estruturado, que é uma solução desenhada por um time de especialistas que entendem suas necessidades e fazem um plano personalizado, de acordo com seu planejamento financeiro. Isso só é possível porque temos mais de 3.500 grupos disponíveis com uma média de 700 participantes, que possibilitam uma gestão próxima e eficiente, garantindo a saúde financeira para atender e realizar os sonhos dos nossos clientes com maior nível de assertividade na contemplação.

Para entender melhor como funciona, o Consórcio Agro Bradesco atende do pequeno produtor rural ao grande empresário do agronegócio. Por exemplo: imagine aquele empreendedor que deseja adquirir um crédito de R\$ 5 milhões para aumentar a produtividade, isso é possível através do consórcio, com taxas de administração atrativas e sem o pagamento de juros.

"A Bradesco Consórcios completou 21 anos de trajetória em janeiro e é um grande orgulho afirmar que somos a administradora líder de mercado e a que mais contempla todos os meses, representando cerca de 30% do mercado. Só em 2023, nosso faturamento total no setor do agronegócio foi de R\$ 1,5 bilhão. Nosso portfólio atende todas as necessidades do produtor, desde a aquisição de imóveis rurais, como fazendas, terrenos e silos agrícolas, até a compra de máquinas



Henrique Fernandes, Diretor da Organização Bradesco: "O produtor entendeu que o consórcio é uma solução resiliente, que permite comprar um equipamento sem juros".

e implementos, como semeadoras, plantadeiras, pulverizadores, drones e muito mais. É o nosso diferencial! O produtor entendeu que o consórcio é uma solução resiliente, que permite comprar um equipamento sem juros, apenas com a taxa de administração", explica Henrique Fernandes, Diretor da Organização Bradesco.

Ele também contou que tem participado das principais feiras do setor, sempre acompanhado do time comercial da região. As conversas com os empresários trazem a percepção que o produto tem tido uma boa aceitação, sendo notório o aumento da busca pelo produto. Essa solução traz a possibilidade de uma programação de

curto, médio e longo prazo, alinhado a necessidade de produção e expansão do produtor.

"Como parte da estratégia para que mais pessoas conheçam o consórcio, estamos fechando diversas parcerias com fabricantes e cooperativas de crédito, que oferecem o produto no seu ponto de venda. Assim, conseguimos realizar o sonho de vários produtores e empresários rurais", afirma.

Para 2024, temos boas expectativas de crescimento, continuamos investindo no posicionamento da nossa marca através de mídias especializadas para alcançar novos patamares de conhecimento do nosso produto. **AR**



O inpEV é um planeta inteiro limpo!

“A Distribuição é fundamental no sucesso do Sistema Campo Limpo”

Marcelo Okamura – Presidente do InpEV

Ele é o segundo profissional do agronegócio a comandar uma das entidades mais respeitadas do segmento no Brasil e no exterior. O Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias é o gestor de um trabalho de sustentabilidade inigualável no mundo. O Projeto Campo Limpo é ESG na veia e faz tempo. Economia totalmente circular. Ações que agora estão nas mãos de Marcelo Okamura, um executivo de semblante sereno, Engenheiro Agrônomo graduado na Unesp de Jaboticabal (SP), com passagens por corporações de porte internacional. Marcelo assumiu a direção do inpEV na metade do ano passado, substituindo João Cesar Rando, que esteve à frente do instituto desde a fundação, em 2001. Incluindo a unidade produtiva da Campo Limpo Reciclagem e Transformação de Plásticos SA. E levou junto uma carreira assinalada por atuações em corporações como Rhodia, Griffin do Brasil, Aventis, DuPont e FMC. Além de especializações em Marketing (Fundação Getúlio Vargas – SP), Gestão Empresarial (Kellogg - Northwestern University – EUA) e Advanced Management Programs (Insead – França). “Meu principal objetivo é cumprir a legislação, trazer ganhos à sociedade, ao meio ambiente e ao agronegócio por meio da logística reversa, sempre incentivando a economia circular”, confessa.

O inpEV não tem fins lucrativos, já foi reconhecido com o selo bronze no Programa Brasileiro GHG Protocol, que es-

timula a cultura corporativa de inventário de emissões de gases do efeito estufa, e destinou mais de 750 mil toneladas de embalagens. É constituído por integrantes da indústria, canais de distribuição e agricultores. As centrais de recebimento são unidades com área mínima de 160 m2, geridas por associações de distribuidores, cooperativas ou pelo inpEV. Elas recebem as embalagens lavadas e não lavadas, fazem a inspeção e classificação, emitem recibo confirmando a entrega, compactam e selecionam todo o material e emitem a ordem de coleta para que o inpEV providencie o trans-

porte para o destino. A reciclagem atinge efetivamente 93% das embalagens. Apenas 7% são encaminhadas para incineração por inviabilidade. A maioria dos materiais transforma-se em novas embalagens de defensivos agrícolas e em artefatos para diversos fins. Um dos principais setores atendidos é o da construção civil, com dutos corrugados e tubos para esgoto.

A atuação do inpEV estende-se ainda à área social e gera empregos. Promove um programa de educação ambiental (PEA) para levar às crianças conceitos

“Trabalhei 40 anos colocando o máximo de embalagens no mercado. Hoje, coleto o máximo possível de embalagens para reciclagem. É uma devolução que ajudo a fazer à sociedade, permanecendo na área dos químicos”.

de gestão de resíduos, logística reversa e economia circular. O PEA tem alcance nacional e chega a 300 municípios brasileiros, tendo beneficiado 2,5 milhões de estudantes do 4º e 5º ano do ensino fundamental, com premiações dadas a desenhos e redações sobre temas ambientais.

O Sistema Campo funciona com base nos princípios da responsabilidade compartilhada entre os elos da cadeia produtiva, com apoio do poder público, como previsto na Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS). Os processos são regulamentados pela lei federal de agrotóxicos nº 7.802/1989 e pelo decreto regulamentador nº 4.074/2002, por sua vez alterado em 27 de outubro de 2021 pelo decreto 10.833/2021.

A Revista AgroRevenda visitou o escritório do inpEV na capital paulista e conversou com Marcelo Okamura sobre o trabalho realizado até o momento e os novos planos do instituto para efetivar ainda mais ESG ao Campo Brasil. Acompanhe.

AgroRevenda - Qual a real importância do Distribuidor para o Campo Limpo?



“ O sistema já ensinou mais de 2,3 milhões de crianças sobre a importância da sustentabilidade, os motivos para separar o lixo, fazer a reciclagem. Aprendendo desde cedo a ser um bom cidadão”.

Marcelo Okamura - É um papel importantíssimo. Ele é responsável por disponibilizar o local onde os agricultores vão devolver e depositar as embalagens depois de fazer a tríplex lavagem. Os distribuidores criaram postos de recebimento, mantiveram centrais de processamento e foram fundamentais no resultado e no

sucesso do sistema. Com a indústria fazendo a logística e a destinação final. Cada elo com o seu papel. E hoje é o orgulho do agronegócio brasileiro e um exemplo para o mundo falando em termos de economia circular.

AgroRevenda - Qual a estrutura do sistema hoje?

Marcelo Okamura - São mais de quatrocentas unidades de recebimento. Só no ano passado, recebemos mais de 58 mil toneladas de embalagens de defensivos agrícolas. Destinamos para a reci-

MARCELO OKAMURA

Engenheiro Agrônomo graduado na Universidade Estadual Paulista (UNESP) de Jaboticabal (SP)

Passou por FMC, Rhodia Agro, Griffin do Brasil e DuPont

Assumiu o inpEV em 2023



clagem ou incineração mais de 53 mil toneladas. Em 23 anos, já recolhemos mais de 750 mil toneladas de embalagens, que retiramos do meio ambiente e demos a destinação correta.

AgroRevenda - E o ganho ambiental?

Marcelo Okamura - O volume que trabalhamos evitou a emissão de mais de um milhão de toneladas de CO2 na atmosfera. Sem falar que também fazemos um trabalho de logística reversa e ainda produzimos embalagens a partir de outras. E cada uma evita a emissão de 1,2kg de CO2 na atmosfera e um consumo de até oito litros de água. Além da energia gasta. O processo da reciclagem é altamente benéfico para o meio ambiente.

AgroRevenda - E também há ganho social e de gestão?

Marcelo Okamura - Só no sistema, criamos mais de 1.500 empregos e geramos renda. Com uma governança absolutamente aberta, atuação de conselhos diretores e conselhos de direção.

AgroRevenda - Como a Distribuição embute a sustentabilidade na assistência técnica rotineira que já presta ao pro-

“ Os distribuidores são fundamentais no resultado e sucesso do Sistema Campo Limpo”.

dutor para ele conseguir eficiência e alta produtividade?

Marcelo Okamura - A distribuição cum-

pre a função de destinar locais para o recebimento das embalagens, participa conosco do 'Dia Nacional do Campo

POR QUE LAVAR AS EMBALAGENS?

Porque podem ser recicladas e gerar até 37 artefatos

Para aproveitar o produto resultante da lavagem

Porque a destinação correta contribui para preservar a saúde humana e o meio ambiente

Para cumprir a Lei de Agrotóxicos: Lei Federal Nº 7.802/1989, revogada pela Lei nº 14.785/2023

São dois tipos de lavagem: a tríplex lavagem, que consiste em enxaguar três vezes a embalagem vazia

E a lavagem sob pressão, quando a embalagem é encaixada no funil do pulverizador e a bomba do próprio equipamento gera a força para pressionar o bico de lavagem

O QUE DEVE SER LAVADO?

Embalagens rígidas (plásticas e metálicas) que acondicionam formulações líquidas de defensivos agrícolas para diluição em água

Devem ser lavadas no momento do preparo da calda

COMO FAZER A TRÍPLEX LAVAGEM?

Esvazie completamente o conteúdo da embalagem no tanque do pulverizador

Adicione água limpa à embalagem (até ¼ do volume)

Tampe bem a embalagem e agite por 30 segundos para dissolver todo o resíduo do produto que possa ter aderido à embalagem

Despeje a água de lavagem no tanque do pulverizador e mantenha a embalagem escoando por 30 segundos

Repita a operação outras duas vezes

Após esvaziar a embalagem pela última vez no tanque do pulverizador, perfure-a para que não possa ser reutilizada.

Limpo', de todos os programas de formação e informação dos produtores. Até porque os agricultores precisam se conscientizar cada vez mais, cumprir o aspecto legal e entender a importância de devolver a embalagem para a destinação correta. Sem falar em outro ponto vital que é o recebimento itinerante. O Brasil tem milhares de pequenos produtores, espalhados por um país gigantesco, gente que tem uma rotina cansativa de trabalho e uma logística difícil de devolução. Temos que estar perto desses produtores. Ajudando para que eles cumpram o compromisso ambiental e social do programa.

AgroRevenda - E o trabalho feito com as novas gerações?

Marcelo Okamura - Você mesmo citou a presença do 'Olimpio', nosso boneco espantalho que participa de várias feiras e representa o inpEV. E temos uma atividade fundamental de educação, o programa de ensino ambiental. São mais de 2,3 milhões de crianças que já passaram pelo sistema, aprendendo a importância da sustentabilidade, os motivos para separar o lixo, fazer a reciclagem. Aprendendo desde cedo a ser um bom cidadão no futuro.

AgroRevenda - O instituto tem novos planos envolvendo energia e produção?

Marcelo Okamura - Hoje, temos duas plantas de produção de energia solar que abastecem nossas centrais. Em Minas Gerais, por exemplo, as unidades são totalmente abastecidas com energia limpa. Mantemos uma fábrica em Taubaté (SP), a Campo Limpo Embalagens, Tampas e Resinas, onde produzimos diversos materiais, como sacolas, embalagens, tampas plásticas, em grande parte fruto da transformação do que recolhemos lá no campo. E promovendo renda para famílias, comunidades e cadeia produtiva. O nosso negócio é fazer gestão de embalagem

“ Acompanhamos o crescimento da agricultura brasileira. Não existe lugar no mundo de agricultura de performance com um sistema de logística reversa de embalagem como no Brasil. É o sistema mais performante do planeta.”

de resíduos. Por isso, estudamos ajudar outros setores para que façam como nós. Transferindo o nosso conhecimento para que eles ganhem tempo e cheguem mais rápido ao nível que alcançamos nesses vinte anos.

AgroRevenda - Por que assumir essa tarefa no lugar de João Cesar Rando?

Marcelo Okamura - Eu passei 40 anos da

minha vida ao lado da Indústria, em várias empresas e posições. Meu trabalho era colocar o máximo possível de embalagens no mercado. Hoje, coleteo o máximo possível de embalagens que a Indústria vende ao mercado. É uma devolução que ajudo a fazer à sociedade, caminhando nesse trabalho de sustentabilidade, permanecendo no ramo dos produtos químicos. **AR**

SISTEMA CAMPO LIMPO

- # Mais de 400 unidades de recebimento no Brasil
- # Mais de 300 postos de recebimento
- # 110 centrais de recebimento
- # Recebeu mais de 58 mil toneladas de embalagens de defensivos agrícolas em 2023
- # Destinou para reciclagem ou incineração mais de 53 mil toneladas
- # Recolheu mais de 750 mil embalagens de defensivos agrícolas em duas décadas
- # Evitou a emissão de mais de um milhão de toneladas de CO2 na atmosfera
- # Cria mais de 1.500 empregos
- # Mantém a unidade produtiva Campo Limpo Embalagens, Tampas e Resinas

Soluções em Auditoria Contábil, Consultoria Tributária, Societária, M&A, Educação Executiva e desenvolvimento de novos negócios.



101% mais próxima de você.
101% mais próxima do agro.

GRUPO
BLB

BLB
auditores
e consultores

BLB
escola de
negócios

BLB
ventures



grupobl.com.br

Sede em Ribeirão Preto, capital do Agronegócio, e filiais em São Paulo e Goiânia.

Comércio MERCOSUL – União Europeia

O Agro Brasil perde mesmo se o acordo não vingar?



Agro Brasil, inimigo nº 1 do Agro Europeu!

Os países da Europa ocuparam, devastaram e roubaram riquezas de dezenas de países do planeta durante a época moderna, iniciada nos anos 1500. Espanhóis, holandeses, ingleses e portugueses. Ocorreu o mesmo nas Américas e no Brasil. Portugal pilhou o que pode do 'território verde amarelo' durante quase quatro séculos. Ouro, dinheiro, minerais, café, cana-de-açúcar, borracha, carnes, madeira. Há 25 anos, vem ocorrendo um movimento inverso, desde que iniciaram as primeiras negociações envolvendo o Acordo Mercosul e União Europeia, um conjunto de regras e normas que prevê a redução ou a isenção das tarifas de importação e exportação entre os dois blocos. O objetivo é incrementar os negócios entre as nações, dividir riquezas e tecnologias. De um lado, Brasil, Ar-

gentina, Paraguai e Uruguai. Do outro, França, Alemanha, Áustria, Bélgica, Bulgária, Chipre, Croácia, Dinamarca, Eslováquia, Eslovênia, Espanha, Estônia, Finlândia, Grécia, Holanda, Hungria, Irlanda, Itália, Letônia, Lituânia, Luxemburgo, Malta, Polônia, Portugal, República Tcheca, Romênia e Suécia.

O primeiro time é louco para vender produtos agrícolas ao segundo time. Aposta em qualidade, volume e preços competitivos. O pessoal do lado de cima do globo terrestre morre de medo deste acordo. Políticos, empresas e produtores. Principalmente da França, representada pelo presidente Emmanuel Macron. Exige porta fechada ao campo do hemisfério sul. A União Europeia interessa bastante a banda de cá. Existem 400 milhões de consumidores de alto

poder de compra naquela faixa da Terra. E eles topam pagar. Mas os fazendeiros europeus alegam que estão em desvantagem porque os brasileiros, principalmente, são eficientes graças às queimadas, invasões de terras, trabalho escravo e poluição do meio ambiente. Uma ironia quando é fato que a legislação brasileira é severa para garantir os próprios biomas, mantém intactos mais de 60% das áreas originais e, ao mesmo tempo, a Europa praticamente dizimou as coberturas verdes que possuía e as lavouras só seguem graças ao dinheiro tomado dos contribuintes. Um imposto que recebe o dócil nome de subsídio.

É uma novela sem fim. Textos, reuniões, exigências, protestos. Presidentes e primeiros-ministros europeus são reféns das gôndolas vazias, da



Acordo Mercosul e UE está sendo discutido há 25 anos

incompetência dos lavradores e pecuaristas das nações mais poderosas, que interditaram estradas, puseram tratores e caminhões na frente de embaixadas neste início de 2024. Na França, Alemanha, Itália, Bélgica, Polônia, Romênia e Lituânia. As faixas culpam as importações de produtos mais baratos e o aumento dos custos agrícolas. Mais uma vez, a demagogia entregou mais grana aos protestantes. O Brasil perde?



Fernando Henrique Iglesias: "A ideia é vender para a China e União Europeia"

"Sim. Observando o contexto mundial de comércio, a possibilidade de diversificar os seus parceiros comerciais e reduzir a dependência da China, que importa 36% dos nossos produtos agrícolas, faria bem à balança do Agro Brasil. No ano passado, as compras chinesas renderam US\$ 60,2 bilhões, com destaque para exportação de soja (US\$ 39 bilhões) e carnes (US\$ 8 bilhões). Estávamos acostumados com os chineses crescendo na casa dos dois dígitos anualmente. Mas, agora, eles estão em um ritmo mais lento e isso gera preocupação para o mercado brasileiro. A ideia não é parar de vender para a China, mas, sim, de não colocar todos os ovos na mesma cesta. E também não quer dizer que a Europa não está comprando da gente, mas que está comprando bem menos do que poderia", afirma o analista da consultoria Safras & Mercado Fernando Henrique Iglesias.

Realmente, a Europa é a segunda maior importadora de produtos agrícolas brasileiros. O bloco responde por 13% da exportação do setor, e faz compras mais variadas. A soja é o carro-chefe das vendas, mas exportamos café, frutas e carnes. Só

MERCOSUL

- # Brasil
- # Argentina
- # Paraguai
- # Uruguai

UNIÃO EUROPEIA

- # França
- # Alemanha
- # Áustria
- # Bélgica
- # Bulgária
- # Chipre
- # Croácia
- # Dinamarca
- # Eslováquia
- # Eslovênia
- # Espanha
- # Estônia
- # Finlândia
- # Grécia
- # Holanda
- # Hungria
- # Irlanda
- # Itália
- # Letônia
- # Lituânia
- # Luxemburgo
- # Malta
- # Polônia
- # Portugal
- # República Tcheca
- # Romênia
- # Suécia



Sueme Mori - CNA: "Acordo é bom se garantir acesso real aos produtos brasileiros"

na cafeicultura, faturamos US\$ 3,7 bilhões por ano, valor que poderia ser maior com isenção de imposto. É a luta da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA). "A resposta não é tão simples. Os produtores rurais consideram o texto inicial do acordo bom para a gente, por prever a redução e/ou isenção de muitas mercadorias. Porém, três anos depois da primeira versão do tratado, a UE implementou uma lei que barra a importação de produtos de áreas desmatadas. O problema dessa legislação é que ela não combina com as regras do Código Florestal do Brasil, o que tende a travar o comércio entre os dois blocos. Hoje, para exportar café solúvel para a Europa, por exemplo, o Brasil paga uma tarifa de 9%, que poderia ser zerada em quatro anos, caso o acordo entrasse em vigor", ilustra a diretora de Relações Internacionais da CNA, Sueme Mori. E completa: "A Colômbia, que é a terceira maior exportadora de café do mundo, depois do Brasil e da Suíça, já tem tarifa zero para vender café aos europeus", dispara

O respeitado e 'prático' coordenador do Centro Inspere Agro Global, Mar-

trições quantitativas", ressaltou Jank. Como no caso de arroz, mel, etanol, queijo, leite em pó, entre outros. "Apesar dessas restrições, o acordo seria um caminho para o Brasil poder fechar outras parcerias. É o que acabou acontecendo com os países da Comunidade Andina, América Central e o México. Eles conseguiram ampliar a diversidade de produtos exportados e, hoje, os principais clientes deles no agro são os EUA e a Europa, e o nosso é a China. Isso porque a gente não conseguiu fazer acordo nem com os Estados Unidos e nem com a Europa. O cenário mudou bastante. Quando nós começamos a negociação, há mais de 20 anos, era uma integração comercial, o que se discutia era acesso ao mercado. Atualmente, a Europa está mais protecionista, inclusive na área ambiental", acrescenta.

É o 'calcanhar de aquiles' da hora, que vai impedir qualquer avanço no acordo. As legislações ambientais implementadas pela Europa recentemente são um entrave à concre-



Marcos Jank: "A Europa está mais protecionista do que em 2000"

tização do acordo Mercosul - UE porque elas não respeitam as regras brasileiras. Em 2022, há apenas dois anos, eles instituíram uma lei contra desmatamento mais de três anos depois de os dois blocos terem fechado uma primeira versão do acordo. Que estabeleceu a proibição da UE comprar carne, soja, cacau, café e chocolate oriundos da Amazônia e de parte do Cerrado.

"Como você fecha um acordo e depois muda a regra? Era o caso de a UE ter considerado as especificidades da legislação ambiental de cada país do bloco sul-americano. Porque o Brasil tem um código florestal que permite abrir terra. E o Código prevê que as propriedades rurais reservem uma parte de sua terra para preservação ambiental, enquanto uma outra parte pode ser usada para a produção agrícola e pecuária. No caso da Amazônia, por exemplo, os proprietários podem usar 20% da sua terra para produzir, mas devem deixar 80% para a reserva legal. Já no Cerrado, a Área de Reserva Legal é de 35%. Quando a gente negocia um acordo comercial, negocia o acesso. Eu libero o meu mercado e você libera o seu. Claro que se estabelecem algumas proteções, exceções. Mas quando a União Europeia faz uma lei contra o desmatamento depois de ter fechado o texto com o Mercosul, o que ela está fazendo? Está impedindo que a gente tenha acesso ao mercado dela por uma legislação interna. A CNA é favorável ao acordo desde que ele garanta acesso real dos produtos agropecuários brasileiros ao mercado europeu", conclui Sueme Mori.

O astuto Jank concorda que a nova lei europeia pode travar o acordo, principalmente no comércio de car-



Protestos dos produtores rurais na Europa em fevereiro

ne bovina. "Hoje, a gente consegue rastrear a carne do produtor final, aquele que entrega boi ao frigorífico. Já existe a rastreabilidade total nessa área. Mas a gente ainda não consegue rastrear o primeiro produto: o bezerro, o boi magro, o boi gordo", explica. A trava está nos fornecedores indiretos: fazendas em situação irregular que produzem bezerro ou boi magro para vender a criadores que estão em dia com a lei. "Eu acredito que o Brasil deve avançar bem na rastreabilidade de animais porque os grandes frigoríficos brasileiros estão fazendo altos investimentos em tecnologias de rastreamento de fornecedores indiretos", arremata Fernando Henrique Iglesias. É acordo ou desacordo? O tempo, a fome, a necessidade, a política, a economia, os imigrantes ilegais e a oportunidade dirão. Esperar para ver. Quem precisar de artigos de alimentação, conforto, saúde e higiene vai ser obrigado a comprar nos próximos 30 anos. Eles só não sabem a que custo. E de quem. O Brasil sabe. **AR**

QUEM MAIS COMPRA DO AGRO BRASIL

- China: US\$ 60,24 bilhões
- União Europeia: US\$ 21,5 bilhões
- Estados Unidos: US\$ 9,8 bilhões
- Japão: US\$ 4,1 bilhões
- Indonésia: US\$ 3,68 bilhões
- Vietnã: US\$ 3,53 bilhões
- Argentina: US\$ 3,49 bilhões
- Coreia do Sul: US\$ 3,37 bilhões
- Tailândia: US\$ 3,12 bilhões
- México: US\$ 2,95 bilhões

CHINA E O AGRO BRASIL

- # Gigante vermelho compra 36% dos produtos agrícolas brasileiros
- # Compras chinesas renderam US\$ 60,2 bilhões em 2023
- # Destaque para a soja (US\$ 39 bilhões) e carnes (US\$ 8 bilhões)

CASALE 60 ANOS:

Construindo hoje o futuro do agro.



anos

Casale



Durante as últimas seis décadas, a pergunta sempre foi a mesma: o que podemos fazer para tornar o agro um negócio melhor amanhã? E de geração em geração, o nosso caminho sempre foi o de incentivo ao pioneirismo e inovação para que a Casale chegasse onde está hoje: uma referência para o sucesso do produtor e pecuarista e uma marca que representa confiança, dedicação e conexão pelo campo. É isso que fizemos pelo agro desde 1964. **É isso que fazemos pelo agro hoje. É isso que faremos pelo agro, amanhã. Isso é fazer o agro do futuro, hoje.**

Casale Equipamentos Ltda.

Rodovia Washington Luis, Km 237
São Carlos | SP | Brasil
CEP: 13560-970 | Caixa Postal 709

+ 55 16 3411.5000
/casalebrasil
www.casale.com.br



Conheça a Casale

Evento maior da Lavoura Brasil sinaliza nova grande safra e destaca empresas de vanguarda

Uma das maiores feiras do agronegócio mundial, a Agrishow é um termômetro do setor numa fase desafiadora da produção nacional e um centro de novas tecnologias



O agronegócio brasileiro é superlativo. O país é maior exportador de carne de frango (33% as exportações totais), de carne bovina (24%), de soja (56%), milho (31%), café (27%), açúcar (44%) e suco de laranja (75%). Também tem a vice-liderança mundial nas exportações de algodão e etanol. A estimativa feita pelo banco BTG Pactual é do início de março deste ano, em relatório distribuído aos seus clientes, no qual define o Brasil como “celeiro do planeta”.



Outro dado do relatório do banco aponta que o agro brasileiro produz alimentos capazes de suprir as necessidades calóricas de cerca de 900 milhões de pessoas, que equivalem a 11% da população do planeta. Ou seja, além de poder alimentar seus 200 milhões de habitantes, o país fornece comida para outros 700 milhões de habitantes do globo.

A agricultura tem, porém, uma jornada marcada pelos humores do clima e as variações do mercado internacional de commodities. Depois de três anos seguidos de números positivos, o setor encerrou 2023 e iniciou 2024 somando notícias pouco animadoras. O fenômeno El Niño trouxe muita chuva no Sul do país e castigou com uma estiagem

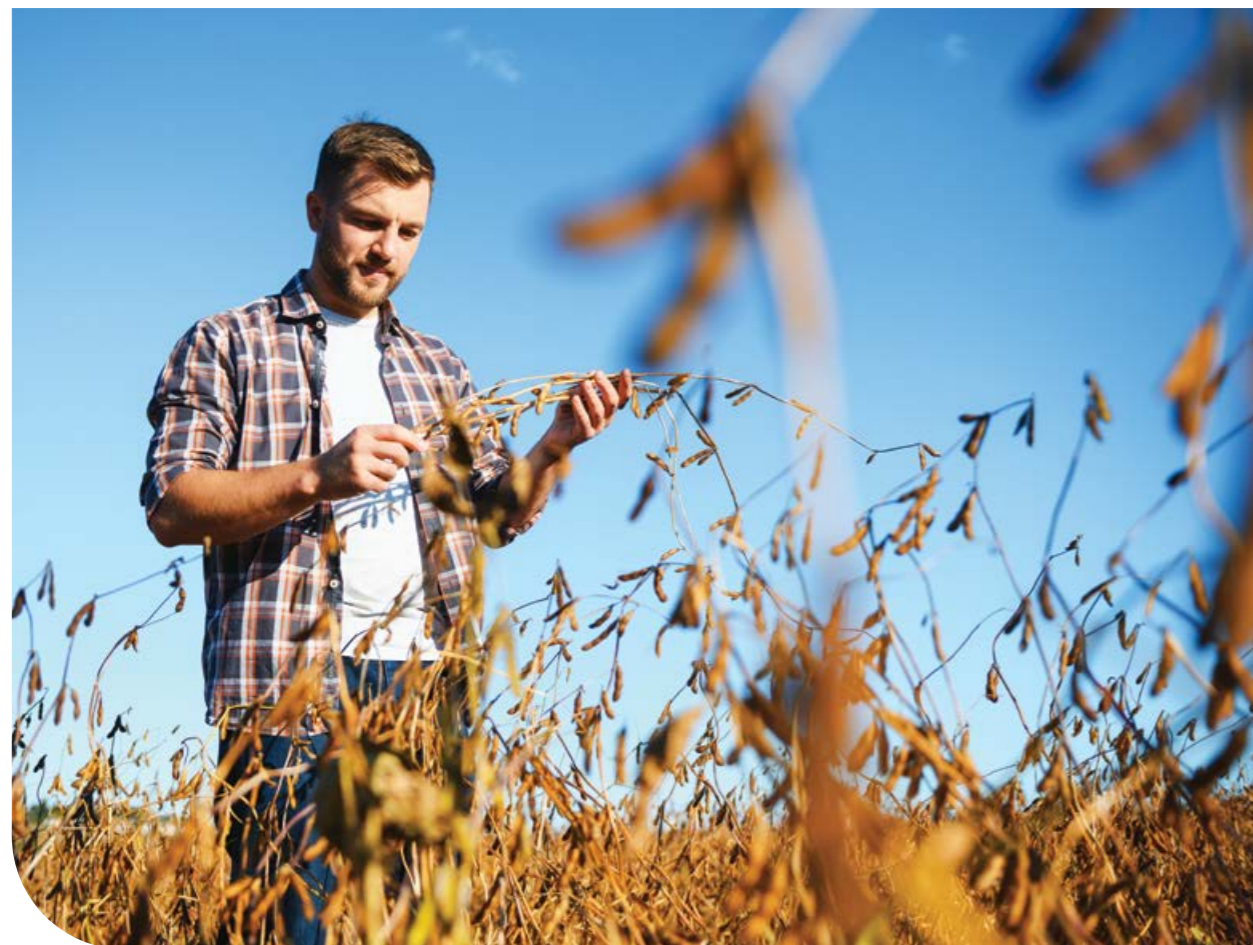
especialmente o Centro-Oeste, prejudicando a produtividade da soja e atrasando o plantio do milho safrinha.

Em fevereiro, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) revisou a previsão da safra de 2024 para 300,7 milhões de toneladas, uma redução de 4,7% sobre o resultado consolidado na safra anterior, que foi de 316,4 milhões. Um número menor, mas nem de longe um resultado ruim, já que a base de comparação foi uma safra com recorde histórico, que havia superado em 20,2% a anterior, de 2022 (263,2 milhões de toneladas).

Segundo o IBGE, a área a ser colhida nessa safra é de 78 milhões de hectares, um aumento de 0,2% frente à área

colhida em 2023, com crescimento de 160,5 mil hectares. Soja, milho e arroz, somados, são os principais produtos, representando 92% da estimativa de produção e 86,9% da área a ser colhida. Por conta clima adverso em algumas regiões, a produção de soja deve ter um recuo de 1,8% e de 10,85 na de milho (reduções de 9,65 no milho primeira safra e de 11,2% na safrinha). A maior retração deverá ser no sorgo, com queda de 14%.

O arroz, o milho e a soja, os três principais produtos, somados, representam 92,0% da estimativa da produção e respondem por 86,9% da área a ser colhida. Frente a 2023, houve acréscimos de 8,6% na área a ser colhida do algodão herbáceo (em caroço), de



Produtor avalia qualidade da soja produzida.



“

É preciso pensar em seguro rural”.

Evaristo de Miranda

Para o pesquisador e escritor Evaristo de Miranda, dois cenários são desenhados para o agronegócio brasileiro, separados por apenas um ano. O primeiro, na safra de 2023, o agronegócio navegou em mares favoráveis, com uma produção recorde e condições climáticas favoráveis – com exceção apenas do Rio Grande do Sul, onde choveu muito e derrubou a produção de grãos. O resultado foi um crescimento de 15% no valor de produção, o que alavancou o crescimento do PIB do país, que ficou em 2,9%.

“Não fosse o crescimento da agropecuária, o PIB brasileiro teria crescido por volta de 1,5%, o que comparado com o crescimento da população resultaria em uma estagnação econômica”, afirma Evaristo. O agronegócio, diz ele, avançou bem. Primeiro pela produção vegetal, mas também pela produção animal. O país bateu recorde de abate de animais em 2023, com 34 milhões de bovinos abatidos, 54 milhões de suínos e quase 6,3 bilhões de aves – algo próximo de uma ave para cada habitante do planeta.

O cenário do ano passado, com preços bons, investimentos em inovação e clima favorável, não está presente agora em 2024. O clima não está ajudando, os preços das commodities estão deprimidos e muita gente puxou o freio de mão dos investimentos em tecnologia. Diante desse quadro, afirma Evaristo, o país deve pensar em seguro rural. “Se tem dois calcanhares de Aquiles

4,4% na do arroz em casca, de 5,5% na do feijão, de 0,3% na do trigo e de 2,1% na da soja, ocorrendo declínios de 4,7% na área do milho (queda de 7,7% no milho 1ª safra e de 3,8% no milho 2ª safra) e de 5,5% na do sorgo.

Já outras commodities terão desempenho superior nessa safra, com destaque para o trigo, com crescimento estimado na produção de 24,2%. Também devem ter produção maior o feijão (8,1%), algodão herbáceo em caroço (5,6%) e arroz (1,3%).

A estimativa em fevereiro para a soja foi de 149,3 milhões de toneladas. Quanto ao milho, a estimativa foi de 116,9 milhões de toneladas (25,1 milhões de toneladas de milho na 1ª safra e 91,8 milhões de toneladas de milho na 2ª safra). A produção do arroz foi estimada em 10,4 milhões de toneladas; a do

trigo em 9,6 milhões de toneladas; e do algodão herbáceo (em caroço) em 8,2 milhões de toneladas; e a do sorgo, em 3,7 milhões de toneladas.

Mato Grosso figura na liderança como o maior produtor nacional de cereais, leguminosas e oleaginosas, com participação de 27,9% do total, seguido pelo Paraná (13,5%), Rio Grande do Sul (13,4%), Goiás (10,1%), Mato Grosso do Sul (8,9%) e Minas Gerais (5,7%). Somados, estes estados representaram 79,5% do total da produção. Com relação às participações das regiões brasileiras, a distribuição é seguinte: Centro-Oeste (47,1%, com total 141,6 milhões de toneladas), Sul (29,3%, com 88,1 milhões de toneladas), Sudeste (9,3% ou 28,0 milhões de toneladas), Nordeste (8,6% ou 25,8 milhões de toneladas) e Norte (5,7%, somando 17,2 milhões de toneladas).



no agronegócio brasileiro eles são a importação de fertilizantes e a ausência de um sistema robusto de seguro rural. Isso tem que mudar”.

Os efeitos do clima na atual safra e dos preços reduzidos das commodities já está na mesa das autoridades do setor e das lideranças nacionais do agronegócio. No final de março, o ministro da Agricultura e Pecuária, Carlos Fávaro, se reuniu com integrantes da Frente Parlamentar da Agropecuária (FPA), presidida pelo deputado federal Pedro Lupion, para falar sobre medidas de apoio aos agricultores afetados que estão sendo adotadas pelo governo federal.

Uma das propostas em discussão era a repactuação de débitos referentes a contratos de investimentos de produtores de soja, milho e pecuária de corte e leite dos estados mais atingidos pelas intempéries climáticas. Apenas dois dias depois do encontro, o Mapa anunciou que o Conselho Monetário

Nacional (CMN) havia aprovado a repactuação de dívidas dos produtores rurais mais impactados.

Conforme a proposta, poderão adiar ou parcelar os débitos a vencer em 2024 relativos a contratos de investimentos os produtores de soja, milho e pecuária de corte e leite dos estados das regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste e Norte. Fávaro antecipou que outras medidas seriam anunciadas nas semanas seguintes.

A GRANDE FEIRA DO AGRONEGÓCIO

Enquanto líderes e autoridades do setor se articulam para reduzir os danos trazidos pelo clima adverso, o setor não pode e não pensa em parar. Pelo contrário. Em períodos de adversidade é que se deve trabalhar mais arduamente. Um dos mais importantes termômetros da saúde do setor é a maior feira do agronegócio da América

Latina e uma das maiores do mundo, a Agrishow, programada para os dias 29 de abril a 3 de maio.

O evento, realizado em Ribeirão Preto (SP), é uma iniciativa conjunta da Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG), Associação Brasileira de Máquinas e Equipamentos (Abimaq), Associação Nacional para Difusão de Adubos (ANDA), Federação da Agricultura do Estado de São Paulo (Faesp) e Sociedade Rural Brasileira (SRB).

A ideia de criar uma feira dinâmica de máquinas e insumos agrícolas foi discutida formalmente numa reunião realizada na sede da Carborundum, em Vinhedo (SP), no dia 22 de maio de 1993, com a participação de representantes da Anfavea, Marchesan, Baldan, Casale e Jumil, além de entidades do setor. Exatamente um mês depois, desta vez na sede da Abimaq em São Paulo, foram definidas as primeiras providências.

A sugestão para a realização de uma feira que não fosse estática teria sido feita pelo então presidente da Sociedade Rural do Paraná (SRP), Brasília de Araújo Neto. A SRP organiza a Exponlondrina, atualmente em sua 62ª edição e junto com a Expointer eram referências no setor.

O nome Agrishow foi sugerido por Celso Luís Casale e escolhido para denominar definitivamente o evento. Três municípios figuravam como possíveis sedes da feira: Ribeirão Preto, São Carlos e Araras, todos no interior paulista e relativamente próximos. A escolha de Ribeirão Preto foi feita durante uma nova reunião do grupo, em setembro de 1993.

O governo de São Paulo aprovou, em 2012, a concessão por 30 anos da área da Fazenda Experimental, para a realização de eventos, em especial a Agrishow. Até 2042, o endereço da feira está garantido como Ribeirão Preto, conhecida como a capital nacional do agronegócio.

A feira está em sua 29ª edição, consolidada como a grande vitrine de tecnologias do agronegócio brasileiro. A primeira edição foi realizada de 4 a 7 de maio de 1994, com a participação de 86 empresas expositoras e um público de 17 mil visitantes. Um ano depois, o número de visitantes chegou a 60 mil. Desde então, tanto visitantes quanto expositores foram aumentando a cada ano. Em 2008, na 15ª edição, o evento reuniu 774 expositores nacionais e internacionais e atraiu 140 mil visitantes de diferentes países.

Em 2023, a feira bateu recorde histórico, com público de 195 mil visitantes e movimentação de R\$ 13,2 bilhões em negócios, um aumento de 18% em relação a 2022. Mais de 800 marcas de produtos do Agro estavam presentes no parque de exposições, que tem 530 mil metros quadrados de área. A expectativa para esse ano é repetir o público do ano passado.

A presença de visitantes de fora a cidade, estimada em cerca de 88% dos participantes, movimenta a economia de Ribeirão Preto e da região. Estudo da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo indica que no ano passado a Agrishow injetou R\$ 520 milhões na economia local. O gasto médio ficou em R\$ 3 mil por visitante. O fluxo de viajantes durante a feira é tão grande que a Azul Linhas Aéreas criou um hub de operação no Aeroporto de Ribeirão Preto, com 66 voos extras para atender o aumento da demanda de clientes.

O objetivo é oferecer mais opções de voos e facilitar o deslocamento dos participantes da feira. Foram definidas rotas partindo de Brasília, Cuiabá, Campo Grande, Goiânia, Porto Alegre para Ribeirão Preto. Será ampliada também a frequência entre Campinas, onde fica o principal hub da Azul, e a cidade sede do evento. Estão previstos até 24 voos diários para o aeroporto local.



A diretora da Informa Markets, empresa organizadora da Agrishow, Liliane Bortoluci, reforça a importância da feira para a economia local: "Em 2023, por exemplo, mais de 7 mil trabalhadores solicitaram registro para atuarem de alguma forma na feira, seja na montagem, realização ou desmontagem do evento. E com certeza muitas outras oportunidades de trabalho em diversas áreas também foram criadas em toda a região".

OS PROTAGONISTAS DO EVENTO

Uma feira dinâmica como a Agrishow tem como grande atrativo os conteúdos – produtos, serviços, máquinas e conhecimento - que as empresas expositoras e participantes apresentam ao público formado essencialmente por produtores agrícolas e pecuaristas, além de profissionais ligados ao agronegócio. Eles é que dão o tom e expõem aos visitantes as novidades do setor, as novas tecnologias, os equipamentos e os conhecimentos que vão fazer a diferença na lavoura, na criação e na vida dos homens do campo.



Roberto França, diretor de Agronegócios do Bradesco: "Setor é robusto".

Um segmento chave no agronegócio, que vem ganhando relevância maior a cada ano, é o financeiro. O maior banco privado financiador do Agro, o Bradesco, é presença certa na Agrishow. Este ano o banco participa com seus principais braços de negócios, como a Bradesco Seguros, Bradesco Financiamentos, Consórcio Agro Bradesco e a plataforma digital E-agro. Juntos, essas unidades do Bradesco cercam as necessidades dos agricultores e pecuaristas, independente do que eles produzam e do porte dos produtores, se são grandes, médios ou pequenos.

O Bradesco participa da Agrishow desde as primeiras edições. O estande do banco tem como tradição ser um dos mais concorridos e movimentados da feira, com a presença maciça dos altos executivos da instituição, além de equipes de suas diversas empresas. O estande é também um ponto de encontro de autoridades e lideranças do agronegócio nacional. Essa é uma rotina também em outras grandes feiras do setor, nas quais o Bradesco participa com destaque.

Presença constante na Agrishow e outros grandes eventos do setor, o diretor de Agronegócios do Bradesco, Roberto França, tem uma leitura própria do atual momento vivido pelo agricultor brasileiro. Há sim, segundo ele, o desafio dos preços dos produtos agrícolas, mas a soja entre R\$ 90 e R\$ 100 a saca ainda remunera o produtor. "Ainda traz retorno ao agricultor", resume. Os preços dos insumos também estão se acomodando, acrescenta o executivo. A próxima safra deverá ser melhor em termos de margens para o produtor. "A gente tem que parar de falar em preço da soja e passar a falar de rentabilidade do negócio", analisa. O melhor é não olhar apenas para os preços dos produtos agrícolas.

"O setor do agronegócio é robusto, representa um quarto do PIB. Esse ano não deverá crescer como no ano passado, mas a gente continua apostando no Agro, que é um setor muito relevante para o banco", afirma Roberto França. A presença do Bradesco nas feiras como a Agrishow leva até os produtores oportunidades de negócios, disponibilizando aos clientes modalidades de crédito e atendendo cada um deles em suas demandas.

E-AGRO CELEBRA SEU PRIMEIRO BILHÃO

Outra modalidade de negócios que os visitantes da Agrishow poderão conferir na feira é a plataforma digital E-agro, um marketplace desenvolvido pelo Bradesco para oferecer produtos e serviços financeiros e não financeiros a produtores rurais. Estar na Agrishow é de extrema importância para o E-agro, justamente pela força do evento e de sua representatividade para a cadeia agrícola. "E para nós tem um significado ainda maior: celebramos, nessa edição da feira, nosso primeiro ano



Nadège Saad, head do E-agro: marketplace rumo à marca de R\$ 1 bilhão.

de operação, que vem acompanhado de outro marco extremamente relevante para nós: R\$ 1 bilhão em recursos injetados no agro brasileiro", afirma a Nadège Saad, head do E-agro.

"Isso mostra que estamos conseguindo cumprir nosso propósito de tornar o acesso a linhas de crédito cada vez mais democrático. E que nosso marketplace tem conectado agricultores e pecuaristas com as principais empresas da cadeia agrícola, permitindo que obtenham, em um único lugar, os recursos necessários para o custeio da produção, bem como para modernizar o maquinário, adotar e melhorar tecnologias e tornar as atividades dentro da porteira mais sustentáveis e rentáveis", acrescenta a executiva.

Nadège explica que na Agrishow o E-agro vai reforçar seus mais recentes lançamentos: a CPR no checkout para que o produtor possa comprar e financiar produtos dentro do E-agro, e a CPR Máquinas e Equipamentos, meios de pagamento sem precedentes no mercado. "Hoje o produtor já



Henrique Fernandes, Diretor da Organização Bradesco.

A executiva afirma como o E-agro interage com as revendas de insumos: "O E-agro é um ambiente transacional, ou seja, podemos funcionar como uma loja do parceiro ou apenas intermediar a venda de produtos. Nós ajudamos na comercialização e na transação, colocando os insumos em nosso marketplace e o produtor pode pagar pelas compras com o crédito tomado diretamente em nossa plataforma".

Ela acrescenta que, além dessa facilidade, há também E-agro Finance, uma modalidade de financiamento para os clientes de revendas e cooperativas que atendem a necessidade do produtor que compra por esses canais, sem que a revenda precise se alavancar e ofertar o crédito com esteira própria. "Todo o processo é totalmente digital. Com isso, os lojistas recebem à vista, sem a necessidade de compartilhar risco sobre a operação", destaca.

CONSÓRCIO E FINANCIAMENTO

Duas ferramentas importantes do Bradesco para permitir aos agricultores adquirirem máquinas e equipamentos

estarão à disposição deles durante a Agrishow, que são os consórcios e o financiamento. São duas áreas chaves do banco. "Quando o cliente chega no estande do banco na feira, ele tem acesso a todo o leque de produtos e serviços da instituição", destaca o diretor da Organização Bradesco, Henrique Fernandes. Entre essas opções estão as oferecidas pelas duas empresas dirigidas por Fernandes e também a Bradesco Seguros, além do crédito agrícola.

O consórcio tem uma forte atuação no evento. "Nosso consórcio é diferenciado. Pela grande quantidade de grupos que a gente possui, torna-se uma solução de crédito que chamamos de projeto estruturado. Nele, montamos uma combinação de cartas de consórcio que, através de um lance, conseguimos fazer essa entrega num preço melhor", explica o diretor. Ele destaca que o consórcio não tem juros, o cliente paga apenas uma taxa de administração. "Parte dos clientes tem utilizado o consórcio como solução de crédito em razão das taxas de juros mais elevadas praticadas no Brasil", acrescenta.



Ney Dias, Diretor-presidente da Bradesco Auto/RE.

Há também os clientes que não têm como dar uma entrada, na forma de lance, como ocorre no consórcio. Esses clientes preferem fazer o financiamento, também por que é uma forma mais rápida de adquirir o bem – no consórcio é preciso esperar a assembleia, o que demanda pelo menos 30 ou 40 dias. Há compradores que preferem fechar o negócio de imediato e para eles o banco tem na feira uma equipe especializada em financiamento, em especial no segmento de pesados, incluindo implementos agrícolas.

Henrique destaca que o Bradesco tem uma posição de destaque no mercado, por contar com um modelo baseado no grande número de grupos. A Bradesco Consórcios tem 30% do mercado nacional do segmento, percentual que sobe para 50% se forem consideradas apenas as grandes operadoras.

"Como os grupos são pequenos, e são muitos e superavitários, a gente consegue fazer esse tipo de solução de crédito, que são os projetos estruturados, com alta assertividade, num custo bem mais acessível ao produtor rural", expli-

ca o executivo. O banco consegue fazer operações de um avião, um drone ou um implemento agrícola.

A IMPORTÂNCIA DOS SEGUROS

Importante braço do Bradesco, o Grupo Bradesco Seguros também está presente na Agrishow. O diretor-presidente da Bradesco Auto/RE, empresa do Grupo Bradesco, Ney Ferraz Dias, explica que o seguro dentro do agronegócio vem crescendo em velocidade exponencial. Não só pelo crescimento do setor, mas também pela sofisticação da agricultura, com equipamentos cada vez mais tecnológicos e de maior valor.

Se acontecer alguma coisa com os equipamentos, o prejuízo do produtor é muito grande, se ele não tiver proteção. O sol e o calor, que são importantes e ajudam o país a colher duas ou até três safras, podem acabar provocando o aquecimento dos equipamentos, com risco de incêndio. Quando isso ocorre, a perda é significativa.

"Essa modalidade de seguro, de proteção de equipamentos, tem crescido muito", reforça Dias. A seguradora está desenvolvendo mecanismos para ajudar no monitoramento do superaquecimento das máquinas, para conseguir baratear o valor do seguro. Quanto menor sinistro, mais em conta fica o seguro.

O executivo afirma não ter dúvida de que a proteção securitária é fundamental para a robustez da agricultura brasileira. "A gente nota que isso já está acontecendo com o apoio do governo em alguns perfis de seguros, mas de uma forma geral, mesmo aqueles seguros contratados sem a ajuda governamental, temos notado um avanço muito grande".



Maurício Quintella, COO da Traive.

PARA TRAIVE, FEIRA É PARADA OBRIGATÓRIA

A Traive é uma empresa de tecnologia para produtos financeiros no agronegócio e aposta na força da Agrishow como fonte de negócios e conteúdos. "Sempre há uma grande expectativa em torno da Agrishow, pois além de reunir as principais empresas do setor e apresentar o que há de melhor em tecnologia no campo, oferece também um amplo conteúdo e serve como um indicador importante do grau de confiança em nosso mercado, o que será ainda mais crucial neste ano", afirma o COO da companhia, Maurício Quintella.

A Agrishow, acrescenta ele, é um dos principais eventos do setor, reunindo diversos profissionais e empresas que buscam se atualizar sobre as últimas iniciativas do mercado. "Para a Traive, empresa especializada em infraestrutura financeira para o mercado agrícola,

o evento é uma parada obrigatória para quem busca desenvolver relacionamento e negócios".

A Traive estará presente no evento para estreitar o relacionamento com o setor, uma vez que a empresa oferece soluções que aprimoram a dinâmica de crédito para o agro. Com o objetivo de conectar a cadeia de suprimentos agrícolas com o mercado de capitais, a Traive utiliza uma inteligência artificial proprietária, endossada pela comunidade científica internacional, para auxiliar indústrias, varejistas, cooperativas e agricultores a acessar os recursos de que precisam para prosperar.

GALAPAGOS LEVA AO MERCADO DE CAPITAIS

Outra empresa que estará apresentando soluções financeiras ao público da Agrishow é a Galapagos Capital. Sediada em São Paulo e com apenas cinco anos de existência, a Galapagos já conta atualmente com dez escritórios, sendo um deles em Miami, nos Estados Unidos. Rebeca Nevares, head de marketing da companhia, explica que a empresa conta com um ecossistema com muitos serviços financeiros para empresas e pessoas físicas também "Temos serviços como por exemplo a emissão de crédito no mercado de capitais. Podemos emitir Certificados de Recebíveis Agrícolas (CRA) ou Certificados de Recebíveis Imobiliários (CRI)", diz ela.

Ricardo Ticoulat, sócio-gerente da Galapagos, explica que há um trabalho direcionado ao chamado "middle market", que são os clientes com negócios de médio porte. Mas a empresa atende também clientes com outros perfis, incluindo os grandes.

A empresa terá um estande de 200 metros quadrados na feira, onde além de

atender os clientes e interessados serão realizados encontros com pessoas que são referências no agronegócio. Uma agenda diária que inclui o ex-presidente da Agrishow Francisco Maturro, o presidente do Conselho Superior do Agronegócio da Fiesp (Cosag), Jacyr Costa Filho, e o prefeito de Ribeirão Preto (SP), o engenheiro agrônomo Duarte Nogueira, entre outros.

As atividades incluem uma agenda totalmente feminina, na quarta-feira, dia 1º de maio, para mostrar que as mulheres também podem acessar o mercado de capitais e que a empresa estará pronta para apoiá-las nesse ecossistema. Outra novidade será um espaço para gravação de podcasts e a dedicação do site da Galapagos ao acompanhamento da edição da feira. ●●●



Ricardo Ticoulat, sócio-gerente da Galapagos Capital: clientes de diferentes perfis.

PHC MOSTRA SEU ARSENAL TECNOLÓGICO SUSTENTÁVEL

A Plant Health Care (PHC) vai expor na Agrishow deste ano seu portfólio de soluções inovadoras, biologicamente naturais, que tem como proposta promover uma agricultura ativa, saudável e sustentável. A companhia está no Brasil desde 2015 e vem crescendo consistentemente, a uma taxa anual de 24%, mesmo diante dos desafios que o segmento de insumos vem enfrentando nos últimos anos.

Impulsionada pela demanda de H2COPLA (Proteína Harpin) para cana-de-açúcar e outros cultivos e pelo sucesso do SAORI® para soja, a PHC Brasil, responsável pela unidade de negócios da América do Sul, terminou o ano representando 20% do faturamento global da companhia. Números que validam a aceitação das tecnologias PHC no campo, bem como o crescimento do mercado de bioinsumos no país.

Dois novos produtos serão somados ao portfólio da empresa no Brasil, o

nematicida a base de peptídeos TEIKKO™, para uso em tratamento de sementes de soja, e o MOSHY™, fungicida também a base de peptídeos para controle de doenças foliares na cana-de-açúcar e café, ambos registrados em 2023 e com lançamento comercial em 2024. TEIKKO™ oferece controle superior a outros produtos biológicos e inibe o desenvolvimento de nematoides nas raízes, reduzindo sua população no solo, com segurança e respeito ao meio ambiente.

O H2COPLA é um fertilizante com características elicitoras, que permite às plantas se desenvolverem fisiologicamente e estarem preparadas para enfrentar os estresses bióticos e abióticos. A tecnologia inovadora estimula o desenvolvimento e a produção de forma sustentável, ativando o potencial fisiológico das plantas. Com isso ela desenvolve mais e melhores raízes, absorvendo água e nutrientes de forma mais efetiva, crescendo mais forte e com maior vigor e resistência.

Primeiro fungicida com a tecnologia PREtec para o manejo de doenças fo-

liares em soja, aplicado em tratamento de sementes registrado no Brasil, SAORI® aprimora a sanidade da soja, contribuindo desde a semeadura, para o aumento de eficiência dos fungicidas foliares e reduzindo o desenvolvimento de resistência dos fungos aos fungicidas convencionais.

Com o melhor controle de doenças foliares da soja, o SAORI® proporciona aos produtores de soja brasileiros ganhos aproximados de R\$ 400,00 a R\$ 600,00 por hectare, permitindo um retorno sobre o investimento de seis vezes ou mais, e reduzindo a utilização de agroquímicos no manejo fitossanitário.

O Brasil é o maior produtor mundial de cana-de-açúcar e café. Na safra 2023/24, a área plantada com cana-de-açúcar no Brasil deve ser de 9,8 milhões de hectares e mais de 2,5 milhões de hectares para café. Na temporada 2021/22, os agricultores brasileiros gastaram mais de US\$ 46 milhões no controle de doenças da cana-de-açúcar e mais de US\$ 127 milhões no controle de doenças do café. MOHSY™ propicia uma alternativa ao controle convencional de doenças em ambos os cultivos, apresentando perfil ambientalmente mais seguro e saudável, sem resíduos e contribuindo com o manejo de resistência de doenças a fungicidas.

AGRICULTURA DIGITAL, DE PRECISÃO E REGENERATIVA

O empresário Franco Borsari está à frente das empresas TechFertil e Green Has Brasil, que estarão presentes na Agrishow com força total. A Green Has é uma empresa líder em nutrição vegetal, com foco em soluções completas e inovadoras para otimizar a produtividade e a qualidade dos frutos em diferentes culturas. Está no mercado há mais



Franco Borsari, Diretor da TechFertil e Green Has Brasil: soluções inovadoras.

de 20 anos, com forte presença nas principais regiões agrícolas do Brasil.

Oferece uma ampla gama de produtos, incluindo fertilizantes de alta qualidade, fertilizantes especiais, bioativadores e biofertilizantes, além de tecnologias de última geração para aplicação precisa de nutrientes. A empresa vai apresentar na feira uma nova linha de fertilizantes focada na sustentabilidade, destaca Borsari. Vai também fazer demonstrações práticas sobre como os produtos da Green Has podem ajudar os agricultores a aumentar a produtividade e a qualidade dos frutos.

Já a TechFertil é uma empresa inovadora que desenvolve e comercializa soluções tecnológicas para o agronegócio, focada na agricultura digital e de precisão. Oferece plataformas digitais completas para gestão da produção agrícola, desde o planejamento até a colheita, com ferramentas de monitora-

mento de cultivos, análise de dados e tomada de decisões.

A TechFertil também fornece soluções para agricultura de precisão, como adjuvantes para drones, e treinamento para aplicação precisa de insumos. Na feira, vai apresentar sua plataforma digital completa para gestão da produção agrícola. Borsari reforça que serão feitas demonstrações de como as soluções TechFertil podem ajudar os agricultores a tomarem decisões mais precisas e eficientes.

Para o diretor, o agronegócio se mantém num cenário de oportunidades. A demanda por alimentos no mercado global continua crescente e a necessidade de aumentar a produtividade e sustentabilidade da produção agrícola. Ele destaca ainda o aumento dos investimentos em tecnologia e inovação no agronegócio.

As tendências para o setor passam pela adoção da agricultura digital e de precisão, a busca de soluções mais sustentáveis para a produção agrícola, o crescimento da agricultura regenerativa e o uso eficiente da água.



Luciano Vieira e Samara Baraldi, sócios da Done Solutions: prospecção e assessoria.

DONE TEM SOLUÇÕES PARA NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

O negócio da Done Solutions é assessorar empresas que precisam fazer transações internacionais ou realizar desembaraço aduaneiro. Esse é o foco do trabalho da empresa, que completa dez anos de atividades e vai estar na Agrishow para trabalhar clientes em potencial. "Vamos estar na feira prospectando por pelo menos dois dias, atendendo todos os estandes com maior fluxo na nossa área, que são os insumos agrícolas", diz Luciano Vieira, sócio da Done Solutions.

Ele afirma que outros segmentos receberão atenção da equipe da empresa, como os fabricantes nacionais de estufas. Esse segmento tem potencial, porque há possibilidade de as indústrias começarem a comprar matéria-prima no mercado internacional. "Procuramos sempre estar presentes em eventos desse perfil, ainda mais porque a Agrishow é um palco para inovações, novas tecnologias e apresentação de produtos", acrescenta.



Pesquisa para desenvolvimento de novos produtos.

Samara Baraldi, também sócia da Done Solutions, destaca que, além dos insumos, a feira tem destaque para as tecnologias envolvidas com a agricultura e implementos agrícolas, silos e filmes, por exemplo. Apesar de estarem ligadas ao mercado interno, essas empresas interessam à Done Solutions porque em algum momento podem começar a exportar e também adquirir no mercado externo matérias-primas para fabricação de seus produtos no Brasil. "Estamos sempre presentes na Agrishow, com a nossa equipe comercial e de marketing fazendo visitas aos estandes e aos nossos clientes", explica Samara. Luciano destaca ainda a importância do networking promovido pela feira. "No dia a dia nem os clientes e nem nós temos tempo e o contato é bem escasso. Na feira, há o momento em que podemos ter desse contato, podemos descontraí, tomar um café juntos", diz ela.

De acordo com os sócios da Done, na feira são contatados também empresários estrangeiros interessados em atuar no mercado brasileiro e não sabem como fazer. Existem empresas que desenvolvem tecnologias no exterior e querem trazer para o Brasil. A empresa tem contato com esses empresários no



Álefe Borges, gestor de produtos da Bionat.

evento, eles procuram a Done depois para serem assessorados e, ao final, quando os parceiros de negócio são identificados e alinhados, as operações de importação são iniciadas.

ESSERE GROUP LANÇA INOVAÇÕES NA FEIRA

O Essere Group, com suas marcas Bionat e Kimberlit, vai apresentar tecnologias inovadoras na edição deste ano da Agrishow. A feira, ressalta o gestor de produtos da Kimberlit, Bruno Neves, é o maior evento do agronegócio brasileiro e traz a oportunidade de mostrar ao público visitante essas inovações.

A empresa apresentará a tecnologia embarcada no Cropper Mutant, único produto do mercado que, por aplicação foliar, é recomendado em associação para manejo fitotécnico de nematoides. Cropper Mutant contém nutrientes e substâncias que ativam o metabolismo secundário da planta, induzindo genes de resistência e atuando como protetor fisiológico contra nematoides e patógenos do solo.

O evento tem como cerne, segundo Neves, a tecnologia e a inovação. Mas destaca a importância do networking. "O agro é feito por pessoas e a feira é um importante local para novos contatos e reencontros". No estande da empresa, diz ele, os visitantes vão encontrar um bom café e profissionais qualificados para compartilhar conhecimento.

Já a Bionat vai apresentar na Agrishow seu portfólio completo e o mais novo lançamento da empresa, o Peregrino. Bionemacida exclusivo desenvolvido em parceria com a ESALQ/USP, Peregrino combina cepas exclusivas das bactérias *Bacillus subtilis* e *Bacillus ve-*

lezensis, com amplo espectro no controle objetivo de manejo e controle de nematoides em qualquer cultura onde ocorram.

"Trabalhar com tecnologia e inovação em processos e em obtenção de cepas exclusivas para novos produtos faz parte do DNA da Bionat", relata Álefe Borges, gestor de produtos da empresa. Problemas complexos, diz ele, exigem soluções combinadas. "O grupo está inovando cada vez mais para disponibilizar tecnologias com muita informação técnica de como essas se complementam na resolução de problemas na agricultura".

O Essere group receberá os visitantes com objetivo de apresentar a eles as soluções do Sistema Integrado de Manejo (SIM) desenvolvido pelo grupo. O SIM envolve desde a nutrição e estímulo ao desenvolvimento das plantas até a proteção delas com soluções biológicas.

O executivo da Bionat reforça que a Agrishow é uma das maiores feiras agrícolas no mundo e o maior evento da agropecuária brasileira, que reúne soluções para todos os tipos de culturas, safras, máquinas e tamanhos de



Bruno Neves, gestor de produtos da Kimberlit.

fertilizante mineral que garante maior eficiência na adubação.

Com melhor aproveitamento dos nutrientes e desenvolvimento das culturas, contribui para plantas mais equilibradas e tolerantes ao ambiente, resultando em maior produtividade e sustentabilidade no manejo nutricional das lavouras. "O produto passou por 85 experimentos científicos ao longo de três safras (2019/20 a 2021/22) em nove estados, apresentando resultados expressivos em desempenho agrônômico, melhorando a nutrição das plantas e gerando ganhos significativos em produtividade e sustentabilidade", ressalta Monteiro.

O executivo destaca a presença da empresa na feira: "A participação da Mosaic Fertilizantes na Agrishow 2024 é de extrema importância, pois se trata de uma das maiores feiras de tecnologia agrícola do mundo. Essa participação nos proporciona a oportunidade de expor nossos produtos e soluções inovadoras para um público altamente qualificado, composto por produtores rurais, profissionais do agronegócio e tomadores de decisão do setor. Além disso, a feira

oferece um ambiente propício para networking, parcerias estratégicas e a geração de novos negócios".

A visibilidade e o reconhecimento obtidos durante a Agrishow, acrescenta Monteiro, contribuem significativamente para o fortalecimento da marca e a consolidação da empresa no mercado agrícola. O estande da Mosaic Fertilizantes estará localizado dentro do Shopping Rural Coopercitrus, que oferece um espaço para que as empresas possam apresentar suas mais recentes tecnologias, equipamentos e produtos, permitindo que os produtores rurais conheçam e avaliem essas novidades.

ESTANDE DA COOPERCITRUS: ENCONTROS E NEGÓCIOS

A Coopercitrus tem tradicionalmente uma participação intensa na Agrishow. O espaço da cooperativa na feira é grande e muito concorrido, com grande fluxo de visitantes em todos os dias do evento. O estande da Coopercitrus na feira deste ano tem 4,2 mil metros quadrados de área, onde serão reunidas 50 empresas parceiras líderes globais nas áreas de insumos, defen-



Eduardo Monteiro, Country Manager da Mosaic Fertilizantes.

propriedades, além de ser reconhecida como o palco dos lançamentos das principais tendências e inovações para o agronegócio.

MOSAIC BIOSCIENCE SERÁ DESTAQUE

Para a Mosaic Fertilizantes, a participação na edição 2024 da Agrishow é uma oportunidade para apresentar ao público especialmente da região Sudeste do país os produtos da Mosaic Biosciences. "Em março o lançamento nacional foi feito em Lucas do Rio Verde (MT) e agora chegou a vez do Sudeste conhecer o que há de mais inovador na agricultura brasileira", explica Eduardo Monteiro, country manager da Mosaic Fertilizantes.

Focados em bionutrição, com base em microrganismos e/ou metabólitos, os produtos da Mosaic Biosciences para cultura da soja incluem quatro opções: MBio Hidro, um inoculante líquido para manejo do estresse hídrico das lavouras, MBio Brad, MBio Azo e MBio Phos, inoculantes que aumentam a disponibilidade de nitrogênio e fósforo nas plantas. Além do portfólio da Mosaic Biosciences, também será exposto o Performa Bio, um



Produtores reunidos no estande da cooperativa: contatos e negócios.

sivos químicos e biológicos, adubos e fertilizantes, saúde e nutrição animal, máquinas, implementos, além de tecnologias e agricultura de precisão.

Além disso, os produtores rurais contarão com o atendimento diferenciado do time de consultores e especialistas da Cooperativa, que estarão à disposição para auxiliar nas negociações e na escolha das melhores tecnologias para cada necessidade. O estande também terá áreas de demonstração e ambientes de reunião para discutir negócios e projetos. O espaço da cooperativa foi batizado como Shopping Rural Coopercitrus.

A participação da Coopercitrus na Agrishow 2024 é uma oportunidade para os produtores rurais conhecerem as tendências e as inovações do setor agrícola, além de aproveitarem as vantagens oferecidas pela cooperativa durante o evento. O estande será ponto de encontro de produtores, onde poderão se reunir, trocar experiências, fazer novos contatos e fortalecer cada vez mais os seus negócios.



Leonardo Matsuda, diretor do Grupo Matsuda: visibilidade.

MATSUDA MOSTRA NOVA TECNOLOGIA

Participar da Agrishow é, para o Grupo Matsuda, uma excelente oportunidade de aumentar a visibilidade da marca e de seus produtos. “É uma das maiores feiras de negócio da América Latina e todos os anos atrai milhares de visitantes, produtores rurais, empresários, estudantes e profissionais do setor”, reforça Leonardo Matsuda, diretor do Grupo Matsuda.

A empresa vai levar para a feira todo o seu portfólio, que define como vitrine tecnológica, por incluir produtos que atendem todas as necessidades dos pecuaristas, seja em sementes de pastagens, nutrição animal, saúde animal, inoculantes para silagem e também equipamentos. “Para o agricultor temos a Semeadeira Show ILP e as sementes da linha Gold, já que acreditamos muito nesta técnica de integração da lavoura com a pecuária, que cresce a cada ano no Brasil e no mundo”, afirma Leonardo.

A empresa vai apresentar na feira uma nova tecnologia, lançada recentemente, que são as sementes da Série Gold Green Star, um marco importante na agricultura sustentável e na inovação tecnológica. São vários os benefícios oferecidos pelas sementes incrustadas com produtos organominerais e livres de microplásticos, pois utiliza tratamento com nematicida e fungicida biológicos.

As novas sementes série Gold Green Star possuem a bandeira da sustentabilidade e são amigáveis ao meio ambiente, fatores que são considerados durante a negociação de empréstimos financeiros e no momento da comercialização. “São também sementes de alto vigor”, acrescenta Suellen Sufen, assessora do Grupo Matsuda.

NORTOX COMEMORA SEUS 70 ANOS

A edição deste ano é muito especial para a Nortox. A indústria de defensivos, fertilizantes e sementes com sede em Arapongas, Norte do Paraná, completa 70 de fundação em 2024. A participação no evento se dará em meio às comemorações de aniversário da empresa, que nasceu quando o Brasil tinha uma população de 57 milhões de habitantes e o café era o carro-chefe da economia do Paraná, com 560 mil hectares ocupados pela cultura.

Foi nesse cenário que o jovem empreendedor Osmar Amaral fundou a Nortox, no dia 14 de abril de 1954, no município vizinho, Apucarana. A empresa nasceu com apenas um produto no catálogo, destinado a combater a broca do café. Hoje é o maior fabricante nacional de agroquímicos e também única empresa brasileira do Agro atuando em três plataformas de negócios: defensivos, micro fertilizantes granulados e sementes híbridas de milho e sorgo.

A Nortox tem uma trajetória que se caracteriza por andar sempre ao lado do agricultor, com um time de campo altamente qualificado e uma estrutura na retaguarda que garante produtos e serviços de altíssima qualidade”, afirma o Diretor Administrativo Roberto Amaral.

O DNA da empresa continua sendo o agroquímico e cada setor vem contribuindo para que ela esteja na vanguarda, garantindo soluções competitivas e seguras para o agricultor. “A grande contribuição da área comercial nos últimos anos foi a de formar um portfólio de produtos exclusivos, como o fungicida Scudeiro e o herbicida Arkeiro, lançados recentemente e muito bem recebidos pelo mercado”, afirma João Marcos Ferrari, Diretor Comercial.



Unidade sede da Nortox, em Arapongas (PR): história do agronegócio.

Os dois produtos tiveram eficácia comprovada em mais de 20 instituições de pesquisa do Brasil, nas consultorias e nos ensaios cooperativos. “A Nortox não vende ativo. Ela vende solução para o agricultor. Dentro desse princípio, nós testamos todas as possíveis combinações para chegar ao melhor produto”, acrescenta Ferrari.

A Nortox também patrocina projetos socioambientais como o Olho D'Água, uma parceria com as cooperativas Cocari (de Mandaguari/PR) e Coopercitrus (Bebedouro/SP) que já restaurou mais de 1.200 nascentes. O projeto recebeu o selo do Instituto Chico Mendes e foi premiado pela Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB). Também patrocina o Projeto Escola de Velas (Florianópolis/SC), o Projeto Crescer (Arapongas/PR), a Orquestra de Jo-



vens de Nova Mutum (MT) e a Equipe de Futsal de Apucarana (PR), beneficiando mais de 1.500 crianças e jovens com educação, esporte e cultura.

GM DESTACA PICAPES DA FAMÍLIA S10

A presença de grandes indústrias automobilísticas é uma tradição na história da Agrishow. Os estandes mostram os últimos modelos de veículos de diferentes categorias, mas o que se sobressai são os utilitários, com destaque para as caminhonetes.

A General Motors (GM), por exemplo, vai mostrar as novas picapes da linha S10, um verdadeiro ícone da marca que ganhou novo visual e atrativos. “Performance, tecnologia, capacidade e muito estilo: a família S10 tem tudo o que a vida no campo e na cidade exigem. Explore a linha completa e descubra por que existe uma S10 perfeita para tudo o que você precisa”, estampa o material de divulgação da Chevrolet, marca do Grupo GM.

Com uma frente imponente e porte robusto, a S10 se credencia para

ser um dos destaques do setor na feira. As caminhonetes são o principal mercado no segmento de veículos voltados para o público do agro, já que os proprietários rurais precisam de um utilitário capaz de encarar os terrenos sem pavimentação, enfrentando buracos, pedras e barro e que, ao mesmo tempo, seja bom para o uso urbano.

O mercado nacional de veículos continua atraente para a GM. Tanto que a montadora anunciou, em janeiro, um aporte de investimento de R\$ 7 bilhões no Brasil de 2024 a 2028, com foco na mobilidade sustentável. O novo ciclo tem como objetivo reforçar a competitividade da empresa e a sustentabilidade de suas operações e produtos.

“Este será o período de maior transformação da GM no Brasil. As mudanças são necessárias em virtude das atuais demandas da sociedade e dos consumidores. Estamos trabalhando junto aos nossos colaboradores, concessionários, fornecedores e outros parceiros do negócio para liderar este movimento”, diz Santiago Chamorro, presidente da GM América do Sul.

CASALE FESTEJA 60 ANOS COM LANÇAMENTOS

Presente na Agrishow 2024, a Casale tem uma relação muito especial com a feira. Foi o fundador da empresa, o engenheiro mecânico Celso Luis Casale, quem sugeriu o nome do evento, quando a feira ainda estava sendo gestada por um grupo de entidades e empresas do Agro, em 1993. A companhia participa desde a primeira edição da feira e este ano vai realizar um coquetel, no primeiro dia do evento, para comemorar seus 60 anos de fundação.

“A Agrishow, por ser a maior feira da América Latina, traz o que há de mais



Estande da empresa na edição anterior da Agrishow.

novo em produtos e serviços para o agronegócio. É um evento completo que possibilita ao visitante experiências em estandes, palestras, demonstrações e também a aquisição de produtos com condições especiais. Realmente é uma feira de grande relevância para o setor e possui uma gama de expositores de alta qualidade e de marcas renomadas", afirma Letícia Menezes, coordenadora de marketing da Casale.

"Este ano em comemoração aos nossos 60 anos, estaremos trazendo dois grandes lançamentos: as misturadoras Vertimix 35 autocarregável, uma máquina focada para produtores de pequenos lotes de animais, e também a Vertimix Twin 280, uma máquina de 28m³ para grandes produtores", acrescenta Letícia.

Ao visitar o estande da Casale, os visitantes poderão conferir o vasto portfólio voltado para a pecuária, além de poderem conhecer a primeira misturadora de ração total da América Latina, que estará exposta no estande. "Além dos produtos, contaremos com toda a nossa equipe presente e diretoria. "Será uma oportunidade única para estarmos mais próximos dos nossos clientes, parceiros e amigos", resume a executiva.

A companhia se dedica a produzir tecnologia e equipamentos voltados à pecuária intensiva e semi-intensiva para gado de corte e de leite, sendo reconhecida nacionalmente pela qualidade de seus produtos, com destaque para o "Vagão Misturador de Ração". Abastece o mercado nacional com misturadores e distribuidores de ração, colhedoras de forragem e distribuidores de esterco, além de exportar para os países como Uruguai, Panamá, Nicarágua, México, Chile, Venezuela, Paraguai, Bolívia, Cuba e África do Sul. Atualmente, a Casale lidera o mercado nacional de misturadores e a meta é se tornar uma multinacional, liderando globalmente este mercado.

BLB É AUDITORIA E CONSULTORIA NO AGRONEGÓCIO

A BLB Auditores e Consultores, com forte atuação no agronegócio brasileiro, vai participar da edição deste ano da Agrishow. A empresa foi criada em 2003 com uma proposta inicial de ocupar um espaço relevante no mercado de auditoria independente e consultoria no interior do Estado de São Paulo. Mas hoje atua em todo o país e tem destaque em áreas estratégicas, como nos processos de consolidação (compra e venda de empresas).

"Temos uma área específica no escritório para M&A (fusões e aquisições) e estamos bem inseridos na área de agrodistribuição", revela Rodrigo Barbeti, Sócio-diretor de Tributos, Societário e Patrimonial e M&A da BLB. Na consolidação, o escritório atende as empresas que serão vendidas. Já foram fechadas negociações com empresas do setor como Lavoro, Agrogalaxy e Bunge. Além de uma empresa que foi encampada pela Cooperalfa, com sede em Chapecó (SC). Ao todo, foram nove aquisições assessoradas pela empresa.

Barbeti reforça que o escritório tem forte atuação na área de distribuição de insumos, atendendo vários grupos em todo o país. Além disso, a BLB audita o balanço da Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários (Andav).

A sede da BLB fica em Ribeirão Preto (SP). A empresa tem escritórios na capital paulista e em Goiânia (GO). Atua em Auditoria Independente, Consultoria Tributária; Consultoria Societária e Patrimonial; Consultoria em Finanças e M&A; e Auditoria Digital. **AR**



Rodrigo Barbeti, Sócio-diretor de Tributos, Societário e Patrimonial e M&A da BLB.



29ª Feira Internacional de Tecnologia Agrícola em Ação

Feita pra quem move o agro.



8h às 18h,
Ribeirão Preto - SP, Brasil

29 Abril
a 3 Maio
2024

Compre seu ingresso com desconto



agrishow.com.br

REALIZADORES:



PROMOÇÃO E ORGANIZAÇÃO:



10 reflexões para performance em AgroEventos

O VALOR DA PROXIMIDADE

Novas tecnologias chegaram revolucionando todo o sistema do Agronegócio. E as Agro-Revendas e o Marketing do setor não passam ilesos. Mas pensa numa coisa que independente da tecnologia avançar, não muda, nunca vai mudar e é sempre bom reavaliar a prática: “Queremos nos aproximar e ser parceiros dos nossos clientes”. Aspas para uma fala repetida por muitos Diretores de Vendas e Marketing de dentro e fora do Agro, mas que tem peculiaridades no nosso setor. Aspas que se confirmam atemporais, atravessando décadas. E universais, atravessando culturas e nações quando olhamos para muitas campanhas e para essência do surgimento da palavra marketing: siga na direção do mercado; local de troca.

Em nome da Publique AgroAgência, facilitamos, aprovamos e testemunhamos de perto dezenas de campanhas

nesse sentido. Uma delas, mais marcante pelas 4 premiações Ouro e por estar associada com uma das músicas mais marcantes da nossa cultura brasileira, traz mais de duas décadas disso que estamos falando que não muda.

“Por onde for, quero ser seu par”; refrão da música Andanças, foi lema da marca Bayer em 2004 para potencializar a aspiração da empresa de... Advinhe! Aproximar-se, estar mais perto, chegar mais junto dos pecuaristas com uma nova unidade de negócios.

E lá foi a tesourinha na capa da revista do setor, aproximar o pecuarista desde o início, com uma faixa de inauguração para ele mesmo recortar na revista. E a marca Bayer do amanhecer ao pôr do Sol, em um comercial de TV de 1 minuto com os principais momentos do dia do pecuarista se integrava com outras peças. Incluindo um banner de internet. Já exercitávamos a união da mídia tradicional com a on-line com as peculiaridades do Agro, desde 2004.

Quem trabalha com a acelerada velocidade das inovações sabe o valor de descansar a atenção no que sobrevive à força dos séculos. Muitas palavras guardam seu propósito na origem e apesar de muitos maus tratos que a palavra marketing recebeu nos séculos, ainda a considero a melhor para expressar o movimento em direção ao local

de troca com o cliente. E aqui estamos nos aproximando do nosso mercado através do conteúdo. Aqui estamos fazendo marketing. E quando falamos essa palavra no Agro, logo nos vem a importância dos eventos para essa aproximação. O que pode fazer do seu estande, uma revenda agropecuária.

A IMPORTÂNCIA BRUTAL DOS EVENTOS NO PLANO DE MARKETING DO AGRO

Apesar dessa direção de aproximação ser imutável e inspirar muitos conceitos de comunicação, o aspirado efeito inovador das campanhas está com novas oportunidades para 2024 e 2025. E isso inclui o tema desta edição especial da AgroRevenda. Um marcante elemento do Marketing do nosso setor nessa busca pela aproximação com um cliente que se espalha por diferentes lugares do Brasil: o poder brutal de aproximação do circuito de eventos do Agro brasileiro.

Seja na união da inteligência artificial com o poder de segmentação das plataformas digitais, no marketing por busca, geolocalização e áudio, apps e mídia programática. Seja na ‘gameificação’ de experiências multissensoriais que expressem os benefícios, integração presencial e virtual, arquitetura integrada com a natureza ou atrações culturais e de entretenimento.

Como inovar em AgroEventos com a melhor performance?

Antes de iniciarmos nossas reflexões sobre essas oportunidades, fica aqui mais um potencializador da atenção com esse tema: No Agro, o Marketing de Eventos é o canal mais importante de investimento, de aproximação com os clientes e para impulsionar líderes.

Essa peculiaridade de vendas consultivas que demandam proximidade com o cliente do Agro deve criar mais lideranças diretoras que são especialistas na área de eventos. De preferência com aquela experiência e formação especializada no setor.

AGROBRAINSTORM DAY PARA EVENTOS

Assim, com todos os propósitos na mesa, te convido a tomar um cafezinho ou algo que goste para potencializar os insights que você terá lendo alguns itens do documento que inspira nosso Agro-Brainstorm Day para eventos. Uma imersão com nossa equipe para te dar uma impulsionada no plano de participação no evento e capacidade de inovar.

Sempre inspirados por nosso fundador e atual Presidente, que traz uma experiência única e incomparável nessa área, visitando estandes e conversando com profissionais e clientes, como ninguém... Faaaaalaaa Carláaoooo.

É hora de inovar na forma de potencializar essa aproximação que aprofundamos e adaptamos à marca de cada cliente que chega na nossa AgroAgência. Que bom sentir você em sintonia com a gente nessa reflexão.

1. TREINAMENTO

Conecte seu time de vendas e criação, levando mais alma para os conceitos institucionais, de produto e metas do funil de vendas do estande. Sempre com prudência nas armadilhas dos indica-



dores. Assim como alcance de marca e quantidade de potenciais consumidores, não significa que sejam qualificados, um estande cheio de estudantes e curiosos por brindes, nem sempre influencia no resultado final. Porém, pode ser mais um elemento para aumentar a atração daquele seu potencial consumidor de qualidade. Cada caso é um caso.

Os elementos culturais marcantes das regiões mais estratégicas para seu produto podem ajudar na conexão com quem entra no estande. Seja na segmentação do conteúdo e impulsionamento na plataforma digital, seja na conversa no estande, as peculiaridades regionais conectam e aproximam mais o

pai do piá no Paraná. Claro Tchê no Sul. E se não treinar “não dá conta não” do Centro-Oeste.

Aproveite os recursos de inteligência artificial para criar detalhes regionais nas imagens, como nas vestimentas. Os produtores da região do evento costumam ser mais presentes do que outras regiões.

2. PRÉ-EVENTO

O evento começa no pré-evento. E se ligue: é um momento chave e de menos concorrência de atenção, principalmente nas redes sociais.

A dica é preparar o melhor conteúdo pré-evento e postar marcando o perfil



oficial. Se a qualidade do conteúdo merecer compartilhamento, a chance de novas conexões com sua marca é grande.

As pessoas vão para os eventos para fazer parcerias que expandam os negócios. Esteja de prontidão para o surgimento de um clima para surpreender um passageiro próximo no aeroporto com uma abordagem inicial para parcerias ou até uma apresentação pronta no tablet.

Quem sabe, você não cai ao lado daquele seu próximo cliente na poltrona e ele puxa um papo só de ver algum sinal seu sobre o negócio que está inserido? Quem sabe, na revista do avião aquele publicitário, anúncio ou caderno especial que conecta para sempre marca, leitor e o evento?

3. CAFÉ DA MANHÃ

Os hotéis podem proporcionar encontros estratégicos para vendas. Vale ficar com o radar ligado para possíveis oportunidades com ações mais discretas, porém eficazes nesse momento.

4. PRÉ-ENTRADA

Ao chegar no evento seu cliente já deve ter alguns produtos em mente para avaliar. É muito comum filas de carros proporcionarem boas experiências com Outdoors e anúncios de Geolocalização no celular, programados para os horários de pico.

Inove no Outdoor. Saia do padrão chapado e explore a tridimensionalidade. Busque informações da paisagem e crie mensagens conectadas com o trânsito com artes realistas.

Exemplo: sabemos que esse desconto é tentador. Mas a direção segura é mais importante. Olhe para frente novamente.

Ações no estacionamento têm o peso de quem dá as boas-vindas ao evento. Avalie.

Os stories do evento vão bombar com as chegadas, seja um dos primeiros a compartilhar algo realmente relevante.

5. ENTRADA

Para minimizar as inevitáveis filas, muitos eventos criam mais de uma entrada. Crie estímulos considerando as rotas possíveis para cada cliente até o seu estande. Estude o mapa do evento que seu cliente olhará. Cheque se o nome da sua empresa está correto e bem localizado.

Os balões infláveis que se sobressaem são como as placas dos corredores de um supermercado. Capriche em sinalizadores semelhantes com formato diferenciado.

Sempre lembrando de ser o mais sintético possível na simbologia, cores contrastantes com o fundo céu azul.

Bandeiras fincadas nas entradas também são ótimas opção para ocupar o lugar de quem dá as boas vindas.

6. VESTIMENTA

Capriche na vestimenta da sua equipe. Além da integração dentro do estande, a lembrança de marca continua antes e depois onde as pessoas se encontram na cidade.

7. ATRAÇÃO NO ESTANDE

Nada afasta mais as pessoas de um estande do que ver um monte de gente da equipe sentada na mesa lá dentro. Co-

loque sua equipe comprometida com metas e em posição receptiva.

Priorize alguém na entrada com bom treinamento para convencer e melhor direcionar a experiência de quem chega. Utilize tecnologias de captação de cadastro que usam o bluetooth e geolocalização, para tomadas de decisões mais precisas, como beacon e pulseiras NFC.

Já assistiu as últimas aberturas dos jogos olímpicos? É lá que uma série de tecnologias são lançadas para o mundo. Que tal telas digitais externas mostrando experiências internas que o estande proporciona? Robôs e bonecos realmente atrativos?

Além da força da sua marca, qual item do seu estande que atrai aquele que está na dúvida de entrar?

Experiências 'gameficadas' que simulam os benefícios dos seus produtos, brindes ligados a sede, refresco e proteção dos excessos de sol ou chuva com impressora 3d para personalizar na hora. Passeio de helicóptero, entretenimento, música, painéis educativos, e outras experiências com tecnologias inovadoras.

Qual atração combina mais com sua marca?

8. RETENÇÃO

Cabines, óculos 3D, salas de reunião. O evento é um lugar de aparentes múltiplas possibilidades de atenção.

Proporcionar experiências individualizadas e rápidas pode finalmente trazer a atenção da pessoa para sua marca com um momento inesquecível.

Para experiências com óculos 3D capriche no roteiro e qualidade da Agroldeia. O esforço para aquela boa ideia sair é muito significativo para todo investimento na participação.

9. INTERVALO

Hora do almoço costuma ser hora de fila. Que tal alguma experiência especial para o cliente nesse momento? Uma entradinha para tirar mais rápido a sede e a fome de alguém pode ser marcante. Mais um bom horário para anúncios de geolocalização. Não esqueça da rádio do evento. Seja criativo na abordagem.

O banheiro além de ser região estratégica, muitas vezes tem alguém que fica esperando a outra pessoa sair. Já pensou em algo especial para esse micro momento e local? Que tal um totem para carregar o celular com tela para fazer um quiz com brinde ou mostrar o movimento ao vivo em seu estande entre outras coisas?

E na saída, que tal direcionar o cliente para alguma experiência perfeita pós-evento? Seja um passeio noturno na cidade, um jantar em um restaurante especial onde se encontrarão em clima mais leve ou uma experiência restauradora que torne sua marca ainda mais lembrada e considerada pelo cliente.

As mulheres cada vez mais presentes no Agro costumam dar uma atenção especial aos pés que são bastante exi-

gidos seja pelos 10 mil passos médios por dia ou pelo tempo que se fica parada em pé. Serviço de podologia e massagem mais que bem-vindos.

10. VENDA

Mesmo que a venda não se concretize 100% ali, crie formas de celebrar pedidos de proposta e agendamento de reuniões posteriores. Toque o berrante, o sino, acione o rojão de chuva de papel. Faça do seu estande algo próximo de uma revenda agropecuária.

PÓS-EVENTO

O evento acabou e, apesar de ser eterno na internet, demorar mais que uma semana para um próximo contato com aquele *prospect* quente é jogar fora o investimento para se conhecerem. Reserve sua agenda pós evento para isso.

E não esqueça de uma boa equipe de cobertura no seu estande para caprichar nas edições posteriores com aquele *hotsite*. A gente aqui é fã do Fala Carlão que está sempre inovando na prateleira de cima do Agronegócio.

Para tornar esse momento ainda mais rico, dê um Google sobre novidades para eventos em 2024 e 25 com foco nesses pequenos momentos. Os princípios e micro momentos não mudam, mas as formas de abordá-los estão em constante inovação.


Apesar do Agro ser uma escola para os profissionais de eventos, outros setores mais próximos de outras tecnologias costumam ser pioneiros nas inovações na área ainda. Parques temáticos, arquitetura de exposições, shows de música e abertura de grandes eventos, são ótimas fontes.

No Marketing atual, se aproximar do cliente continua sendo fundamental.

Mas não basta mais ir até o local e fazermos mais de 10 feiras importantes no ano. É preciso criar conexões marcantes e de valor com as parcerias. Mais que estar presente é preciso qualificar sua presença para não torná-la uma aparente ausência. É preciso ter uma boa Agroldeia para seu estande.

Já imaginou a equipe do Carlão em uma imersão de 1 dia com você facilitando um *brainstorm* para aquela ideia inesquecível? Conheça nosso portfólio e nos chame. Quanto vale para o resultado da sua empresa e sua carreira, uma ideia marcada nos anais das premiações com recorde de movimento e negócios no seu estande?

Facilitamos seu desafio do planejamento orçamentário também, com aquela fundamentação caprichada na mensuração do custo/benefício que fará do seu estande quase uma AgroRevenda.

Acesse as versões atualizadas do e-book introdutório do nosso treinamento para gestão de projetos em eventos do Agro e já faça seu tempo de leitura aqui valer mais um pouco. Parabéns por ter chego até aqui. Se praticar algo da leitura nos envie um sinal de conexão e proximidade. 



Por Murilo Trevisan, Diretor de Planejamento Estratégico de Marketing do Grupo Publique, com inspiração das andanças do Carlão.

Eng. de Produção-Agroindustrial (UFSCar) pós graduado em Comunicação (ESPM) com especialização em Marketing Digital (ComSchool) & Comportamento Humano no Instituto Internacional de Eneagrama (IES). Mais de 20 anos de experiência.

ANDAV empossa diretoria e mostra força política

Entidade anuncia primeiro Fiagro Andav, festeja a entrada no Instituto Pensar Agropecuária e tem o apoio de deputados e senadores da Frente Parlamentar da Agropecuária



Diretoria Andav 2024 - 2025

Uma cerimônia concorrida em Brasília (DF) marcou em março passado a posse da nova diretoria da Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários (ANDAV). José Hara assumiu como Presidente do Conselho Diretor, um profissional com ex-

tensa trajetória de liderança na Distribuição. Hara já ocupou posições dentro do Conselho da Associação em gestões anteriores e substituiu Oswaldo Abud, que agora passa a integrar o Conselho Fiscal da Andav. A posse contou com um número expressivo de autoridades políticas de Brasília. Pedro Lupion, Presidente da Frente Parlamentar do Agronegócio (FPA); os senadores José da Cruz Marinho e Wellington Fagundes, além dos deputados federais Alceu Moreira, Sérgio Souza e Marussa Boldrin.

“Tenho orgulho em ser um revendedor de insumos. É uma honra assumir a presidência do Conselho. Promovemos a excelência da Andav em cada um dos seus trabalhos. Já somos quase 3.200 associados. Vamos sempre honrar e destacar o distribuidor”, discursou José Hara. “Temos muitos desafios pela frente,

principalmente em relação ao crédito. Precisamos valorizar o nosso trabalho, temos uma missão bonita e o José Hara vai honrá-la. Afinal, a Andav é a força que une a distribuição”, emendou Oswaldo Abud, que agora passa a integrar o Conselho Fiscal da associação.



José Hara e Oswaldo Abud na transmissão do cargo de Presidente do Conselho da Andav



Deputado Federal Alceu Moreira fala durante a posse da nova Diretoria da ANDAV.

Os deputados e senadores fizeram questão de elogiar o trabalho feito pelo setor para a economia brasileira. “Nós conseguimos dialogar com todos, mesmo nas questões mais complexas. Como quando agimos na lei dos pesticidas. E vamos derrubar todos os vetos que desfiguraram o que erguemos. Sempre em nome do Agro. Para que as revendas e os distribuidores possam entregar novas moléculas às fazendas. Assim como nos temas do direito de propriedade, terras de índios, marco temporal. Sem falar que temos projetos importantíssimos para apresentar, nas áreas de insumos biológicos, biotecnologia, acesso aos mercados. O Agro é muito atacado e temos que avançar, exportar mais, vender a novos países. O trabalho do produtor é muito severo, difícil. Confiam em nosso trabalho. Dedicamos nossas vidas e nossos mandatos para defender os interesses do nosso setor. Nosso grande legado é fazer o Brasil real, do interior, que faz circular mercadorias e dinheiro. Faz com que o comércio seja pujante e que as coisas funcionem, e vocês, da distribuição, estão diretamente ligados a isso”, afirmou Pedro Lupion. “Somos gigantes no Congresso brasileiro. E

por sermos importantes, atuamos com informação, em todas as instâncias do Poder Público. E o IPA é hoje o local onde mais se discute o agro brasileiro”, adicionou Sérgio Souza, ex-presidente da FPA.

A solenidade marcou, também, justamente, um novo momento da Andav como entidade membro no Instituto Pensar Agropecuária (IPA). O IPA é uma organização criada por entidades do agro com o objetivo de defender os interesses do setor e prestar assessoria à Frente Parlamentar da Agropecuária (FPA). Atualmente, é composto por mais de 350 deputados e sessenta entidades, incluindo a Confederação Nacional de Agricultura e Pecuária (CNA). Outra novidade anunciada foi o lançamento do primeiro Fiagro da Andav, linha inédita de crédito dirigido aos revendedores, ao lado da Terra Magna, fundada em 2017 por engenheiros formados pelo Instituto Tecnológico de Aeronáutica, vinculado ao Departamento de Ciência e Tecnologia Aeroespacial do Brasil, e trabalho voltado para a solução certa para o crédito rural. “É o primeiro Fiagro Andav, um sonho conquistado depois de três anos de muito trabalho”, comemorou Paulo Tiburcio, Presidente Executivo da Andav.

O Executivo ainda enalteceu outros números do trabalho da Andav, que hoje representa 48% de tudo o que chega às mãos do produtor brasileiro, formados basicamente por pequenos e médios distribuidores, e faturamento de R\$ 300 milhões ao ano. “Isso aumenta a nossa responsabilidade, temos várias frentes de atuação, temos associados em 910 municípios brasileiros. São 37 diretores espalhados pelo Brasil e um faturamento total de R\$ 145,3 bilhões em insumos (2022). Quase 73% do



Paulo Tiburcio - Presidente Executivo Andav: “Realizamos o sonho do Fiagro da Revenda”

ANDAV 2024

- # Nova associada do Instituto Pensar Agropecuária (IPA)
- # Lançou o primeiro Fiagro da entidade para associados
- # Entrega 48% de tudo o que chega às mãos do produtor brasileiro
- # Formados basicamente por pequenos e médios distribuidores
- # Gente com faturamento até R\$ 300 milhões ao ano
- # Quase 3.200 associados em 910 municípios brasileiros
- # Faturaram R\$ 145,3 bilhões em 2022 | 73% do total | 22% bancado pelos próprios associados
- # Empregam 55 mil colaboradores diretos
- # Mantém 37 diretores espalhados pelo Brasil

faturamento de todas as revendas existentes no país. E com 22% bancados pelos próprios associados, que ainda mantém 55 mil colaboradores diretos. Também reitero meu compromisso de caminhar ao lado de José Hara trabalhando pela Andav”, acrescentou Paulo Tibúrcio.

Em 33 anos de história, a Andav, hoje composta por 37 diretores voluntários e associada à Associação Brasileira do Agronegócio, sempre teve forte presença em Brasília, defendendo pautas importantes ligadas à distribuição de insumos no país, mas essa foi a primeira cerimônia de posse do Conselho Diretor realizada na Capital Federal. “Desempenhamos um papel fundamental na cadeia produtiva, conectando os produtores rurais com o que há de melhor em produtos, serviços, tecnologia e inovação. Uma nova missão nos foi confiada e seremos vitoriosos”, concluiu José Hara.

A cerimônia de posse terminou com uma palestra do economista Sergio Vale, que falou sobre o cenário macroeconômico brasileiro e mundial, e a importância do segmento para a política de controle da inflação e queda na taxa de juros no Brasil. “O mundo vai ficar menos previsível em 2024. Temos eleições e déficit fiscal nos Estados Unidos, um combate ainda forte contra a inflação nas principais potências econômicas mundiais, duas guerras importantes. No Brasil mesmo, se não fossem os resultados do Agronegócio, o panorama estaria bem mais sombrio quando tratamos de inflação e juros”, resumiu Sergio Vale.

Ao fim, a Andav lembrou a importância da realização da 13ª edição do Congresso Andav, o maior evento mundial da distribuição de insumos agropecuários, que vai ser realizado de 6 a 8 de agosto deste ano, no Transamérica Expo Center, em São Paulo. Todas as



José Hara, novo Presidente do Conselho da Andav

informações estão disponíveis no site www.eventosandav.com.br. **AR**

“Tenho orgulho em ser um revendedor de insumos. É uma honra assumir a presidência do Conselho. Promovemos a excelência da Andav em cada um dos seus trabalhos.”

José Hara - Presidente do Conselho Diretor da Andav

“Estamos no meio da cadeia, representando 48% de tudo o que chega às mãos do produtor rural brasileiro. E somos, basicamente, pequenos e médios distribuidores. O que só aumenta a nossa responsabilidade. Reitero meu compromisso de caminhar ao lado de José Hara, trabalhando pela Andav.”

Paulo Tibúrcio - Presidente Executivo da Andav

“São muitos desafios e temos que valorizar o nosso trabalho. Temos uma missão bonita e o José Hara vai honrar a missão da Andav.”

Oswaldo Abud – Integrante do Conselho Fiscal

“Confiem em nosso trabalho. Dedicamos nossas vidas e nossos mandatos para defender os interesses do nosso setor.”

Pedro Lupion – Presidente da FPA

NORTOX 70 ANOS

ONTEM, HOJE E SEMPRE NA AGRICULTURA DO AMANHÃ

1954

2024

A história da brasileira Nortox está em muitas folhas, que contam como faz no presente a agricultura do futuro. Semeando, nutrindo e cuidando não só de culturas, mas também da confiança que conquistou pelas pessoas do campo.

QR Code

Acesse e conheça nossa história



1ª SEMANA AGROAMBIENTAL

03 a 09 de junho



Os principais agroagentes da evolução ambiental no setor Agro

RUMO À COP

2024 | AZERBAIJÃO

2025 | BELÉM

COTAS LIMITADAS! GARANTA A SUA.



grupopublico.com.br/semana-agroambiental

Carbono no Agro Bioeconomia Transição energética e muito mais!

RESERVAS 11 99402-7078



Gigante do mercado global de fertilizantes há 70 anos no Brasil

A K+S Minerals and Agriculture GmbH pertencente a K+S Group, foi fundada há mais de 135 anos na Alemanha e atua no mercado global de fertilizantes, destacando-se como uma das principais produtoras de Potássio (K), Magnésio (Mg) e Enxofre (S) no mundo. Além da produção na Alemanha, a companhia também realiza a extração e produção de Cloreto de Potássio (KCl) no Canadá.



Sendo importante player na cadeia global de fertilizantes com produção anual de aproximadamente 8 milhões de toneladas de produtos à base de K, Mg e S, a K+S Minerals and Agriculture GmbH possui expertise em mineração, armazenamento e logística internacional, além do desenvolvimento de pesquisas agrônomicas em diversos países fomentando, assim, a transferência de conhecimento técnico-científico aos parceiros comerciais e a comunidade.

Alinhado aos objetivos de expandir o mercado para os produtos diferenciados, a K+S Minerals and Agriculture GmbH anunciou o projeto "Werra 2060", sendo importante passo na otimização estratégica dos atuais negócios da empresa e na redução na pegada de carbono dos produtos. O projeto fortalece a competitividade global e prolonga a vida útil do complexo Werra (responsável por ~ 50% da produção), garantindo assim produção sustentável e de longo prazo através do método de produção a seco (processo de separação eletrostático).

No mercado brasileiro há mais de 70 anos, a subsidiária K+S Brasileira destaca-se por possuir parcerias sólidas com empresas do setor, sempre com o objetivo de fornecer matérias-primas com alto padrão

de qualidade como o KCl e os produtos diferenciados à base de K, Mg e S.

Com a chegada do Diretor Fábio Miller no Brasil, a K+S Brasileira tem trabalhado com o foco no desenvolvimento de mercado para o Sulfato de Magnésio Monohidratado Natural (ESTA® Kieserit), Cloreto de Potássio com Magnésio, Enxofre e Boro (Korn KALI®+B) e Sulfato de Potássio com Magnésio (PatentKALI®). O objetivo é divulgar os benefícios da utilização de Mg solúvel e prontamente disponível para as plantas mediante a aplicação desses produtos no campo, além do fornecimento de Potássio e Enxofre.

Atualmente, a equipe da K+S Brasileira está em pleno crescimento para atender seus clientes em diversas localidades do Brasil. A empresa conta hoje com Supervisores Técnicos Comerciais nos estados do Pará, São Paulo, Minas Gerais e Goiás, com planejamento de expansão para o Paraná, Bahia e Mato Grosso. Com corpo comercial/técnico, o objetivo é dar suporte e posicionar os produtos nas diversas culturas.

A demanda crescente por fontes de Magnésio prontamente disponível por agricultores está diretamente alinhada

como o pensamento da K+S Brasileira. A companhia possui parcerias com diversas instituições de pesquisa e consultorias e demonstra no campo os benefícios do uso de seus produtos, sempre tendo como alicerce o conhecimento técnico e o alto padrão de qualidade.

Resultados recentes nas culturas da soja, café, milho, batata, demonstraram que mesmo em solos com teores considerados "altos" para o Mg (> 8 mmolc.dm-3 de acordo com o Boletim 100, 2022), há resposta no incremento de produtividade utilizando as fontes a ESTA® Kieserit, Korn KALI®+B e PatentKALI® sendo, portanto, importante ponto de atenção para os agricultores que utilizam fontes de Mg de baixa solubilidade.

Diante das estratégias global e nacional, a K+S Brasileira busca fornecer ao produtor brasileiro ferramentas e opções com o intuito de aumentar a rentabilidade de sua lavoura. K+S, experiência que entrega mais resultados!

Siga a K+S nas redes sociais:

Instagram: @ksbrasileira
 LinkedIn: K+S Brasil
 Marketing e Relações Públicas:
 Melissa Cavalari - Gerente de Marketing
 melissa@ksbrasileira.com.br • (11) 99771-0072

Done Solutions é Comércio Agro Mundial!

Empresa completa dez anos ofertando soluções e assistência à fiscalização e aos clientes que necessitam exportar e importar dentro do Agronegócio

O Agro Brasil exportou no ano passado R\$ 835 bilhões, 5% sobre 2023. E permanece líder mundial em soja, açúcar, café, suco de laranja, carne bovina, carne de frango, tabaco, celulose, milho, farelo de soja, entre outros. E importou R\$ 82,5 bilhões, principalmente defensivos, fertilizantes e produtos e materiais para serem processados aqui. Porém, o país ainda enfrenta um 'mar' de legislações, normas federais, estaduais e municipais. Para resolver a questão, somente a assessoria de profissionais que ajudem a trilhar o caminho, e garantir a entrega e o recebimento de mercadorias. "São várias portarias, instruções normativas, resoluções. Mas o agro é atraente, mobilizou a gente desde o início. E quando atingimos um grau superior de especialização, entendendo o 'pulo do gato', conseguimos otimizar processos e criar estratégias para ajudar fiscais e clientes", afirma Samara Baraldi, Especialista em Comércio Exterior e Sócia Fundadora da Done Solutions, em-

presa de Despacho Aduaneiro fundada em 2014.

"É importante compreendermos o trabalho dos fiscais do Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), da Receita Federal, do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA) e da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). Eles têm um volume enorme de trabalho. Logo, tentamos levar tudo mastigado, com ética, na nossa consultoria. Respeitando a lei e entregando o resultado que o importador/exportador necessita. E dentro do tempo", reforçou o Administrador de Empresas Luciano Pereira Vieira, também Sócio Fundador da Done Solutions.

Os dois se conheceram na Grande São Paulo, nos anos 2000. Samara é paranaense, foi morar na capital paulista ainda jovem, e estudou no Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC).

Entrou na área de Logística, conheceu Luciano, que tinha a mesma formação, e aprendeu a gostar de comércio exterior. "Ele foi meu primeiro ponto de apoio. Na área de Desembarço Aduaneiro, a parte teórica é bem diferente da prática", lembra. Luciano já trabalhava em um escritório voltado 70% ao Agro. Comércio a mil. Rodoviário, porto seco, navio e até mesmo ferroviário. Começou entrando com processos junto ao MAPA para clientes de vários estados. "Nós cuidávamos de toda a documentação e acompanhávamos o desenho todo", recorda.

O encontro 'deu match' e eles criaram a Done Solutions. A meta era excelência com a equipe de trabalho, treinamento e aprendizado contínuos. "O colaborador que entra tem que ser analista desde o início. O comércio exterior é muito amplo em determinados produtos. E o nosso é a Agricultura. O aprendizado traz a linguagem desejada pelo cliente e pelo fiscal", reafirma Luciano.

A empresa montou equipes técnicas nos portos, aeroportos e nas fronteiras, para representação. Cuida hoje de 100 mil toneladas de insumos negociados por ano. Linha usada em hortifrutis, grãos de grande escala, defensivos, NPK, granel, carga em containers. Da matéria prima ao produto final. O objetivo agora é crescer mais. "O Agro mantém-se ou cresce e nós vamos atrás representar. Atualmente, estamos desbravando o Norte do Paraná, com um representante em Londrina. É uma região que precisa ser melhor assessorada", detalha Samara.

Outras frentes não param de aparecer. São laudos para escritórios de advocacia que precisam conhecer detalhes das importações do agro, agentes que frequentam feiras do segmento no Brasil e exterior, e grandes corporações que fazem o trânsito de cargas entre países. E, agora, a revolução dos produtos biológicos. "A procura é intensa há dois anos. Oportunidade para aprendermos mais. São fórmulas, ingredientes, metodologia usada, conversando com a fiscalização e conseguindo a autorização para entrar no país, fazer testes no campo, reportes ao IBAMA, MAPA, etc. Além de acompanhar a produção em grande escala para nos posicionarmos melhor", reforçou Luciano. "Muitos fiscais acham que nós somos agrônomos por cuidarmos do nascimento do produto, o regulatório, a estruturação, fiscalização, fórmula, os ingredientes,

"Trabalhamos para tudo dar certo. Nem tudo depende só da gente, como Economia e Política. Precisamos que nossos clientes estejam fazendo bons negócios. E estaremos ao lado deles com excelência."

Luciano Pereira Vieira



a documentação, liberação, entrada no país, tempo de aplicação e como informar os fiscais. Funciona assim: o cliente tem dúvida como enquadrar um produto que deseja trazer, a gente auxilia, apresenta o produtor para o órgão indicado, para ter o desembaraço", resumem Samara e Luciano.

A Done ainda mantém um e-book no site que trata do comércio exterior de forma mais ampla. Para ajudar pequenas e grandes empresas na habilitação no Radar (aprovação oficial para comercializar com o mundo) da Receita Federal, tirando dúvidas sobre importações, documentação para comprar lá fora, impostos, regulamentos. Nada muito específico. "Mas vamos lançar um 'ebook do agro', com informações sobre o passo a passo para o importador trazer pequenas amostras ao Brasil", acrescentou Samara.

Os dois executivos avaliam que o comércio do Brasil é eficiente com os países do Mercosul, por conta do acordo bilateral. Europa, Ásia e África têm suas especificidades, mas os africanos são os mais difíceis. Com a China é mais rápido. Os EUA têm controle de entra-

da e saída, mas não é tão burocrático. E há problemas em alguns embarques para a Índia, por causa de entendimento sobre análises, impurezas, etc. Sobre prazos, explicam que o transporte aéreo é o mais rápido. O marítimo é um pouco diferente porque exige o booking do produto, aguardar o navio, embarcar, casar com a logística internacional e mais o tempo de viagem. Para os chineses, por exemplo, os maiores importadores do Agro Brasil, o tempo médio é 55 dias. "É bom para quem atua na exportação e importação. O pessoal entende esse prazo", conclui Samara.

AR

Você vai saber mais sobre a qualidade dos serviços da Done Solutions nas duas próximas edições da Revista AgroRevenda, impressa e digital. E ainda em postagens especiais no Instagram, com links dirigidos aos materiais informativos. **Fique ligado!**



Equipe Done Solutions - Analistas desde o início

DONE SOLUTIONS

- # Fundada em julho de 2014
- # 15 colaboradores
- # Setores Financeiro, Operacional (marítimo e aéreo) e de Analistas (Legislação do Ministério da Agricultura)
- # Portfólio de mais de 60 empresas | Brasil inteiro | 85% delas ligadas ao Agro
- # São cooperativas, importadores diretos, importadores indiretos, laboratórios, auxílio a Escritórios de Direito



"Almejo que a Done triplique seus negócios nos próximos seis anos. Atuamos nas dez regiões fiscais estabelecidas pela Receita Federal, sabemos qual o porto para trabalhar o granel, receber o refrigerado, o químico, a melhor rota, o melhor porto. Todas as informações vão dentro do pacote da assessoria. E a estratégia toda é feita caso a caso."

Samara Baraldi

SAMARA BARALDI

- # Sócia fundadora
- # Nasceu em Jandaia do Sul (PR) | 38 anos
- # Formação em Comércio Exterior | Senac - São Paulo

LUCIANO PEREIRA VIEIRA

- # Sócio fundador
- # Nasceu em Osasco (SP)
- # Administração de Empresas | Centro Universitário Fieo (UNIFIEO)



Expodireto Cotrijal 2024 levou mais de 400 mil pessoas

Publique, Bradesco, ICL e Mosaic na Expodireto Cotrijal

Grupo Publique leva equipe com sete profissionais para Não-Me-Toque (RS) e comunica só boas notícias ao lado dos parceiros Bradesco, ISL e Mosaic

Foram cinco dias perfeitos. Começaram e terminaram com o clima mais apreciado pelo Campo Brasil. Chuva. O Grupo Publique levou uma grande equipe para Não-Me-Toque, no interior do Rio Grande do Sul, para comunicar tudo o que ocorreu na segunda das grandes feiras do calendário maior anual de eventos do Agro Brasil, ao lado dos parceiros. A 24ª Expodireto Cotrijal, promovida pela Cooperativa Cotrijal, terminou com performance recorde. Mais de 400 mil visitantes, 577 expositores e quase R\$ 8 bilhões em comercialização. Nesta edição, os bancos movimentaram R\$ 7,1 bilhões, 13,17% acima dos R\$ 6,3 bilhões de 2023.

Momento que não poderia deixar de contar com a participação do maior banco privado financiador do agronegócio no Brasil. O Bradesco ofereceu condições diferenciadas para o produtor rural durante o evento, disponibilizou as principais linhas de financiamento de máquinas e equipamentos agrícolas e um portfólio completo de produtos e serviços. "Somos referência e base de apoio para o crescimento deste relevante segmento da economia brasileira e estamos preparados para atender todas as demandas de crédito de nossos clientes", comenta Roberto França, Diretor de Agronegócios do

Bradesco. "Para 2024, devemos continuar ampliando nossas plataformas



Carlão da Publique com José Ramos Rocha Neto, Vice-presidente do Bradesco.

Agro e a rede de atendimento ao setor no Brasil", comenta.

O Bradesco tem mais de 15 plataformas específicas para o setor e mais de R\$ 100 bilhões na carteira de crédito Agro do Banco. Outra presença foi do E-agro, plataforma digital do banco, que em seis meses de operação, já soma mais de 45 empresas parceiras, que representam toda a cadeia do agro, e vem se consolidando como parceiro digital dos produtores brasileiros. Em 2023, mais de mil operações foram concretizadas, R\$ 500 milhões em recursos injetados no agro nacional. E ainda apresentou mais uma inovação. A implementação da 'CPR no checkout' como uma das formas de pagamento disponíveis no marketplace. "Esse modelo deve ampliar ainda mais o acesso de milhares de produtores a recursos para compra de insumos, equipamentos, produtos e serviços disponíveis no E-agro. Liderar movimentos de inovação no mercado de crédito rural está

no DNA da empresa, que nasceu não apenas para democratizar a tomada de recursos, mas também para reunir toda cadeia do agro em um único lugar. Assim como o E-agro Finance, lançado no fim do ano passado, para associados de cooperativas parceiras, criando acesso a crédito tendo a instituição como intermediadora e garantidora do financiamento concedido, com taxas e condições exclusivas", destacou Nadege Saad, head da plataforma. O lançamento da Cédula de Produtor Rural para pagamento das compras realizadas no marketplace atenderá, em um primeiro momento, clientes do Bradesco elegíveis para essa condição.

Outros gigantes do Agro passaram por Não-Me-Toque, como a Mosaic Fertilizantes, que apresentou as soluções tecnológicas Performa Bio, Performa Plus e MPasto, com destaque para o fertilizante mineral Performa Bio, que promove maior disponibilidade de nutrientes, otimiza o desenvolvimento das plantas e contribui para a sustentabilidade do manejo nutricional. Na mesma linha, Performa Plus oferece o equilíbrio ideal entre o MicroEssentials e o Aspire em um único

produto, foi um dos focos do estande. Esse fertilizante multinutrientes contém nitrogênio, fósforo, potássio, enxofre e boro, promovendo um maior equilíbrio na nutrição da planta em uma única aplicação. A Mosaic Fertilizantes também deu destaque à nutrição de pastagens, com a linha MPasto, com produtos que carregam tecnologia sustentável para aumento da produtividade e rentabilidade na pecuária de corte e leiteira.

As soluções dessa linha de fertilizantes proporcionam nutrição vegetal adequada, reduzindo a degradação das pastagens ao restaurar a produtividade pecuária sem a necessidade de abrir novas áreas. A empresa tornou-se a primeira produtora de fertilizantes no Brasil a lançar embalagens big bags com resina reciclada pós-consumo (PCR) no setor agrícola. Assim, a Mosaic já evitou a emissão estimada de mais de 289 mil kg de CO2. E quem ainda passou pelo estande pode interagir com a Fer, chatbot de inteligência artificial que une inovação, conhecimento agrônomo e informações sobre os produtos da empresa. E no espaço Nossas Raízes o desta-



No estande do Bradesco durante a ExpoDireto Cotrijal.



Equipe Mosaic com tudo em Não-Me-Toque (RS)

que foram os depoimentos de produtores rurais de várias regiões do país sobre o trabalho com a nutrição do solo e das plantas, revelando suas expertises na melhoria da qualidade da lavoura e aumento da produtividade. A empresa ainda fez uma ação de cadastramento no NutriVantagens, programa de relacionamento criado em 2022 e que conta com mais de 10 mil clientes fidelizados. “Estamos sempre oferecendo as melhores soluções aos produtores, nos maus e bons momentos. E o fertilizante encontra-se num ótimo momento para se investir. Caso do cloreto de potássio e do fósforo. Temos os melhores preços do mundo. E o agricultor brasileiro deve acreditar e investir”, cravou o executivo Eduardo Monteiro, Country Manager da Mosaic Fertilizantes no Brasil e Paraguai.

Outro exemplo é a ICL, que foi à Expodireto Cotrijal com soluções em nutrição e fisiologia de plantas para os produtores impulsionarem suas lavouras. O estande erguido no parque privilegiou a consolidação da estrutura global da ICL. Estação solos, tratamento de sementes, estação foliares, condicionadores de solo. Mostrando fertilizantes de maior tecnologia embarcada e de eficiência aprimorada.

Sulfurgran B-max, Phusion, Potash Plus e Polyblen. Também são demonstradas as tecnologias voltadas para tratamento de sementes na soja (UP! Seeds) e em gramíneas, com NutriFlow, do programa Soja Supra* (UP! Seeds, Tônus, Bioz Kellus Inox, Concorde e NutriDuo) e que atuam em todos os momentos do crescimento da cultura, focando nos principais estágios, trazendo mais nódulos às raízes e mitigando processos de estresse. “É por isso que, ao observarmos diferentes culturas, todas respondem ao aumento de produtividade quando cuidamos de forma mais

eficiente do nosso solo”, esclareceu Evandro Carlos Binsfeld. “Os grãos estão com preços menores e é preciso avaliar a melhor estratégia para se ter mais rentabilidade. Produzir mais com tecnologia de nutrição para todas as fases da cultura é, sem dúvida, um caminho”, afirmou Andersom Einhardt, Consultor de Desenvolvimento de Mercado da ICL.

Um debate marcou o estande da ICL sobre Manejo do solo para produtividade e sustentabilidade: lições do Centro-Oeste e do Sul do Brasil. O “Programa Construindo Plantas 360”, da Dimicron, também foi um diferencial para os milhares de visitantes do espaço. “Foi um dia para marcar a nossa história. Debater e mostrar as propriedades que usam o melhor do conhecimento agrônomo e que ganha proporção horizontal, ajudando a agricultura brasileira”, comemorou o Vice-Presidente de Inovação e Marketing da ICL, Ithamar Prada. “É uma construção. Trazer todo dia pessoas para sonhar juntos. Por uma causa em comum, uma nova Agricultura”, falou o sempre emocionado Diretor da Marca Dimicron, Evandro Carlos Binsfeld, o famoso ‘Bife’.



Fala Carlão Ithamar Prada, Vice-presidente da ICL.



Green Has Group, líder em nutrição vegetal há mais de 20 anos no Brasil

A Green Has Brasil é uma empresa brasileira, que importa e comercializa com exclusividade especialidades nutricionais fabricadas pela Green Has Group, empresa italiana especializada na produção, pesquisa e desenvolvimento de fertilizantes inovadores.

Somos líderes em nutrição vegetal, com foco em soluções completas para otimizar a produtividade e a qualidade dos frutos. São mais de 20 anos no mercado, com forte presença nas principais regiões agrícolas do Brasil, oferecendo uma ampla gama de produtos, incluindo fertilizantes de alta qualidade,



fertilizantes especiais, bioativadores e biofertilizantes, além de tecnologias de última geração para aplicação precisa de nutrientes.

Destaque 2024: nova linha de fertilizante Greit VG, focada na sustenta-

bilidade. Fertilizantes inovadores para aumentar a resistência das plantas ao estresse abiótico.

Saiba mais sobre nosso portfólio: www.greenhas.com.br



A TechFertil já é uma das marcas mais presentes no Agro Brasil



A história da TechFertil Fertilizantes teve início em setembro de 2008. Desde então, a empresa produziu e colocou à disposição do mercado produtos de altíssima qualidade e hoje é referência no campo. Há mais de uma década, a marca está presente em plantações de cana, soja,

milho, algodão e também em outras culturas, inovando e desenvolvendo soluções tecnológicas para o agronegócio, com foco na agricultura digital e na agricultura de precisão.

São plataformas digitais completas para gestão da produção agrícola,

do planejamento até a colheita, com ferramentas para monitoramento de cultivos, análise de dados e tomada de decisões.

A TechFertil também oferece soluções em agricultura de precisão, como adjuvantes para drones, e treinamento para aplicação precisa de insumos.

Destaque 2024: Software para análise de dados agrícolas com inteligência artificial.

Saiba mais sobre nosso portfólio: www.techfertil.com.br

36º Show Rural bate vários recordes

Feira abre calendário das 'maiores do setor' com 391 mil visitantes e R\$ 6,1 bilhões em negócios



Espaços do parque sempre lotados

O Grupo Publique e suas plataformas de conteúdo abriram a rodada de cobertura e negócios das grandes feiras agro-

pecuárias do Brasil em Cascavel, no início de fevereiro, na 36ª edição do Show Rural Coopavel, evento que entrou para a história como o maior

já realizado pela cooperativa. O presidente Dilvo Grolli anunciou todo animado, no fim do último dia, os números finais de cinco dias de atividades. Quase 392 mil visitantes passaram pelo centro tecnológico da cooperativa e um volume comercializado pelos 600 expositores alcançando R\$ 6,1 bilhões. Em 2023, o Show Rural recebeu 384.022 visitantes. "Esse é o maior número da história do Show Rural, que começou em 1989 com apenas 110 visitantes. Resultado do planejamento e da união de uma equipe comprometida e que quer o melhor para um evento que dissemina inovações para o campo produzir mais, melhor e com sustentabilidade", afirmou Dilvo, agradecendo a todos que, de uma forma ou outra, contribuíram para que o evento acontecesse.



Espaços do parque sempre lotados.



Os desafios para a juventude no Hackathon Show Rural Digital.

Neste ano, houve recorde também de tecnologias apresentadas para as mais diversas áreas da cadeia do agronegócio. "Cento e sessenta empresas de inovação e startups participaram do Show Rural Digital, mostrando o quanto essa conexão da tecnologia com o campo é forte e inseparável", reforçou o presidente da Coopavel. "Realizar um evento com essa amplitude exige amor, dedicação, trabalho duro e muita persistência", acrescentou o coordenador geral, o agrônomo Rogério Rizzardi.

O evento foi mais uma oportunidade para as sete plataformas do Grupo Pu-

blique fazer negócios, conquistar novos clientes, visitar os parceiros, firmar as marcas de Agência Número 1 do Agronegócio do Brasil e Exterior. Visitando os estandes, espaços e as ações de todos. Acompanhando os diretores executivos do Banco Bradesco, e visitando os espaços de corporações como Mosaic Fertilizantes, DSM firminich, Biotrop, Ubyfol, John Deere, Sumitomo, Cargill, e-agro, Ourofino, Syngenta, UPL, ADAMA, Jacto, Corteva, Sênior, sem falar de entidades do setor e da parceria com o Ministro da Agricultura e Pecuária (MAPA), Carlos Fávaro. "É apenas a primeira das gran-



A criatividade nos estandes.

des feiras brasileiras que vamos acompanhar neste ano. A Publique vai em todas, mostrando nossos novos produtos e lançamentos para a comunicação do Agro que mais avança no planeta. E também para ratificarmos nossa plataforma de internacionalização do programa Fala Carlão. Será como venho dizendo desde a virada do ano. 2024 vai ser lindo", falou Carlos Alberto da Silva, o Carlão da Publique, CEO e apresentador do Grupo Publique. A edição de 2025 do Show Rural Coopavel já tem data para ser realizada: de 10 a 14 de fevereiro. A missa de abertura será no dia 9 de fevereiro. **AR**



Bradesco e e-agro: sempre ao lado do produtor nas grandes feiras.

Fernando Penteado Cardoso Neto toma posse na Presidência da ASBRAM

Executivos de empresas de suplementação mineral do Brasil, profissionais ligados ao segmento e ex-presidentes da entidade representativa do setor participaram na Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), na capital paulista, da posse do zootecnista e executivo da Connan Nutrição Animal, Fernando Penteado Cardoso Neto, como presidente da Associação Brasileira das Indústrias de Suplementação Mineral (ASBRAM). Fernando é neto do engenheiro agrônomo e empresário Fernando Penteado Cardoso, fundador da Manah e Fundação Agrisus, e filho de Fernando Penteado Cardoso Filho, ex-presidente da ASBRAM e um dos fundadores da Connan Nutrição Animal. Fernando Neto substituiu Juliano Sabella no biênio 2024 – 2025 e tem como Vice-presidente Rodrigo Miguel, além de Leonardo Matsuda como Diretor Financeiro. “Temos o dever de ajudar a nutrir o maior rebanho bovino comercial do mundo, com mais de duzentos milhões de cabeças”, afirmou Juliano Sabella. “Vamos seguir nos trilhos dos pilares da AS-



Fernando Penteado Cardoso Neto: “Sonho de chegar a 100 filiados à Asbram”

BRAM e ficarei orgulhoso se fecharmos nosso trabalho com 100 indústrias atuando dentro da ASBRAM”, falou Fernando Penteado. **AR**



Juliano Sabella fala sobre o trabalho feito no biênio 2022 e 2023



Evoluindo o crédito, (r)evolucionando os seus negócios.



RELEVÂNCIA

+20Bi

Sob gestão

PRESEÇA

02

Continentes

EXPERIÊNCIA

+400

Profissionais

CONFIANÇA

+50Mil

Clientes

Na busca do acesso ao crédito no mercado de capitais, a Galapagos Capital é a escolha certa para você expandir seus negócios.

O financiamento por meio do mercado de capitais está se tornando cada vez mais relevante e acessível, mas é preciso buscar um bom parceiro para estruturar essas operações de forma adequada.

A Galapagos Capital pode atuar como sua parceira de negócios financeiros, conectando investidores e tomadores de recursos através de operações estruturadas no mercado de capitais. Oferecemos soluções financeiras alinhadas com os objetivos dos nossos clientes, que podem ser pessoas físicas e empresas, de diversos portes, segmentos e regiões.

Presente na **Agrishow!**

galapagoscapital.com

atendimento@galapagoscapital.com

São Paulo: +55 11 3777-2088
Av. Rebouças, 3507 - Pinheiros
São Paulo - SP - CEP 05401-400

Miami: +1 (305) 504 6134
201 S Biscayne Blvd. - Suite 1220
Miami - FL - ZIP 33131

MANTENHA OS EXCELENTES RESULTADOS



+Carne
Pasto
Confinamento



A linha FÓS SECA TRANSIÇÃO proporciona maior atividade dos microorganismos do rúmen, o que resulta em ingestão mais alta de pasto gerando ganhos de peso superiores.

/grupomatsuda (18) 3226 2000 | SP (35) 3539 1800 | MG



FALANDO de Bichos

Nº 20
AR103

TUDO DE PET. TUDO DE BOM.



Indústria cresceu

11,6% EM 2023, ESTIMA PRESIDENTE DA ABINPET, JOSÉ EDSON GALVÃO DE FRANÇA

Expectativa para 2024 é de otimismo cauteloso, com crescimento de 1% ou 2% acima do índice registrado no ano passado

O presidente da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet), José Edson Galvão de França, estima em 11,6% o crescimento do faturamento do setor ao longo do ano passado, na comparação com 2022. Uma evolução expressiva, considerando principalmente que o ano anterior há havia apresentado crescimento em torno de 7%, impulsionado pelo crescimento do interesse das pessoas por pets em decorrência da pandemia.

O faturamento da indústria em 2023, segundo França, ficou em R\$ 46,8 bilhões, com destaque para pet food,

que representa 78% da receita das indústrias. O presidente da Abinpet conversou com o caderno Falando de Bichos sobre o mercado brasileiro e a atuação da entidade. Confira a conversa:

FALANDO DE BICHOS – A previsão para o mercado brasileiro de produtos para pets era de encerrar o ano de 2023 com um crescimento em torno de 10% sobre o ano anterior. Essa estimativa se confirmou?

José Edson Galvão de França - A indústria de produtos para animais de estimação deve encerrar 2023 com um crescimento de pelo menos 11,6% em seu faturamento, com um valor de R\$



46,8 bilhões. Esses números levam em conta os dados até o 3º trimestre do ano. Pet food deve representar 78% do faturamento da indústria, com R\$ 36,8 bilhões e crescimento de 10,6% em relação a 2022.

FALANDO DE BICHOS – Como o senhor definiria o ano de 2023 para a indústria de produtos pet? Foi um ano de crescimento, de ajuste, acomodação ou superação? Será que 2023 pode ser considerado um retrato da nova realidade do mercado?

José Edson Galvão de França - Não diríamos que se trata de uma nova realidade, porque os desafios permanecem. Mas observamos um crescimento sólido dos mercados pet vet e pet care, além da demanda constante da cadeia de varejo em relação ao pet food. Pet vet (produtos veterinários) deve representar 16% do faturamen-

to da indústria, com R\$ 6,89 bilhões e crescimento de 16% em relação a 2022. Pet care (produtos de bem-estar e higiene) deve representar 7% do faturamento da indústria, com R\$ 3,09 bilhões e crescimento de 15% em relação a 2022.

FALANDO DE BICHOS – Que expectativas a entidade tem para 2024? Como o setor está sinalizando para esse ano?

José Edson Galvão de França - Mantemos um otimismo cauteloso para 2024. Isso significa que o crescimento que esperamos para esse ano deve ser, se não igual, 1% ou 2% maior do que os números de 2023. Com a inflação em queda, observamos um ânimo novo nos consumidores, que têm procurado os produtos da indústria pet. Os animais são parte da família, e os responsáveis se preocupam em oferecer além do alimento completo de qualidade, produtos que garantem higiene, saúde e bem-estar para seus pets. Daí, inclusive, o crescimento do pet vet, que foi o segmento que mais cresceu.

FALANDO DE BICHOS - A Abinpet destacou recentemente que o mercado brasileiro, apesar do crescimento que vem experimentando, poderia ser muito maior caso não tivéssemos sobrecarga de impostos sobre os produtos. A Reforma Tributária chegou ao setor? Há alguma alteração nesse cenário previsto no texto promulgado pelo Congresso Nacional?

José Edson Galvão de França - Acreditamos que a Reforma Tributária é importante para o desenvolvimento da indústria brasileira como um todo, e de forma geral, trará mudanças positivas. No entanto, suas alterações devem fazer efeito em médio a longo prazo. Digo isto porque a indústria de produ-

tos para animais de estimação possui pleitos mais urgentes. Um deles é a carga tributária do setor que continua alta em relação ao resto do mundo. Quando os países globo afora pagam em média 18%, ainda estamos presos a uma taxa que chega a mais de 50% pelo menos até 2026. Isso porque ainda não somos considerados uma indústria essencial. Outro tema importante para a Abinpet é a revogação da Medida Provisória 1202, um pleito que temos debatido com outras entidades do agronegócio, comércio e indústria. Se não revogada, passa a valer a partir de abril de 2024, e seu texto aumenta os tributos com a folha de pagamento de 17 setores da economia, entre outras medidas que prejudicam a indústria brasileira.

FALANDO DE BICHOS – Qual seria o tamanho do setor no Brasil se nossa legislação não fosse tão leonina?

José Edson Galvão de França - É difícil precisar, mas com certeza, maior. Um dos indicadores que podemos tomar é a produção de pet food, que representa praticamente 80% do faturamento da indústria. Calcula-se que a demanda ideal do produto no Brasil seja de 9,5 milhões de toneladas, mais do que o dobro do que de fato sai das fábricas – atualmente, cerca de 4 milhões de toneladas. A procura do produto pelos consumidores não chega a esse nível por diversos fatores. Desde a alta carga tributária que encarece o produto, até a cultura de alimentar. Ainda hoje, muitos pets têm os restos da alimentação humana como principal fonte de energia e nutrientes. Uma carga tributária mais adequada poderia fazer com que mais pessoas tivessem acesso ao produto.

FALANDO DE BICHOS – Quais são as principais iniciativas que a entidade programou para a agenda 2024?



José Edson Galvão de França, Presidente Executivo da Abinpet: "Reforma Tributária é importante para a indústria".

José Edson Galvão de França - Este ano a pauta tributária é de suma importância para nós. Mas, para além da mobilização da Abinpet em si, também trabalhamos junto de outras entidades, como em ações do Fórum ProBrasil. Há pouco tempo, no final de janeiro, estivemos em reunião em Brasília com o vice-presidente Geraldo Alckmin, e na pauta estiveram assuntos como a redução do IPI no pet food por se tratar de um produto essencial para as famílias brasileiras, além de itens importantes para o Fórum ProBrasil. O grupo reúne, junto da Abinpet, mais sete entidades ligadas à cadeia de proteína animal e logística do país. O Fórum apresentou propostas como o aumento de habilitações para a exportação para a China, discutiu a Lei dos Caminhoneiros (13.103/2015), e outros pontos que fazem parte de uma lista de reformas estruturantes importantes para a agroindústria. O cumprimento da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) também é um trabalho importante que a Abinpet vem realizando junto com as indústrias do setor. Mesmo aqueles que não são associados podem participar do nosso PNRS Pet.



De bem com o rim

CAMPANHA SOBRE DOENÇA RENAL CRÔNICA EM CÃES E GATOS COMPLETA 10 ANOS

Mês de março é dedicado à conscientização sobre DRC nos pets, mas a mensagem vale para o ano todo pela gravidade e frequência da enfermidade

Uma das mais importantes campanhas de conscientização sobre Doença Renal Crônica (DRZC) em cães e gatos, a Março Amarelo, completou este ano 10 anos. Realizada pela Elanco Saúde Animal, a campanha leva informação e conscientização sobre a doença que é muito frequente e pode ser falta para os pets.

A longevidade os animais de companhia, dietas inadequadas, doenças ao longo da vida e ainda a predisposição individual são fatores que podem contribuir para o desenvolvimento da DRC, uma condição comum em cães e gatos idosos, mas que pode acometê-los em qualquer fase da vida. A enfermidade é silenciosa, crônica e progressiva e apresenta sintomas perceptíveis apenas em estágios mais avançados. Isso torna o diagnóstico um desafio. A detecção precoce é importantíssima para

a adoção de um tratamento adequado, controlando a evolução da doença e suas consequências, garantindo ao pet o máximo de bem-estar possível ao longo de sua vida.

Entre as principais manifestações clínicas da DRC estão a perda de apetite, emagrecimento, urinar em excesso, sede intensa, diarreia e vômito. Por meio de consultas e exames, os médicos-veterinários fazem um estadiamento, isto é, identificam em qual dos quatro estágios da doença o animal se encontra (de 1 a 4, sendo o último, o mais grave), o que lhes indicará a melhor conduta a ser seguida e quais serão as orientações para os tutores.

“As manifestações clínicas da DRC costumam ser mais evidentes somente quando já há a perda de 75% da função renal. Nossa campanha visa antecipar esse diagnóstico ao máximo, trazendo o tema para a consciência dos responsáveis por pets e auxiliando os médicos-veterinários nesta jornada”, afirma Mariana Cappellanes Flocke, médica-veterinária e consultora técnica sênior da Elanco.

A companhia foi a primeira do setor de saúde animal a adotar as “campanhas coloridas” por acreditar que esta é uma forma eficaz de levar informação e manter o as-

sunto em evidência para os tutores. Para Karina Toledo, coordenadora de Marketing – Terapêuticos, da Elanco, a Elanco se orgulha de encabeçar um movimento tão importante como este. “Com o Março Amarelo e também com o Setembro Vermelho, mês que alertamos sobre a saúde cardíaca dos pets, contribuímos para que mais pets vivam por mais tempo e com bem-estar ao lado de suas famílias”, diz Karina.

A campanha segue uma comunicação 360°, com ações e peças on e offline desenvolvidas para cada um dos públicos: médicos-veterinários, representantes de vendas, balconistas, influenciadores digitais e tutores. Uma comunicação especial foi desenvolvida para os médicos-veterinários, com ficha técnica sobre produtos Elanco, fichas que auxiliam no estadiamento da doença, folders e outras peças tanto para apoiar na interface com os tutores como para contribuir para o conhecimento técnico-científico dos profissionais. Os personagens Cachorrin e Bexigato ilustram as peças, que trazem ainda frases como “De bem com o rim, de bem com a vida” e “O carinho também passa pelo rim”, entre outras.

A campanha Março Amarelo evidencia os atributos de Fortekor™ Flavour como linha de tratamento para



Mariana Cappellanes Flock, veterinária da Elanco: “Antecipação de diagnóstico”.

a DRC. O medicamento tem como princípio ativo o Cloridrato de Benazepril e pode ser utilizado já nos estágios iniciais da doença, reduzindo a perda de proteína pela urina, a diminuição da retenção de fluidos e da fibrose renal, a redução da hipertensão arterial sistêmica e intraglomerular em cães, o aumento de apetite e ganho de peso em gatos, retardando a progressão da DRC.

“Vale lembrar que caberá sempre ao profissional apontar quais serão as linhas de conduta, mas o papel do responsável pelo pet é crucial, tanto para o diagnóstico, como para a manuten-

ção do tratamento”, destaca Mariana.

O ANO TODO - Outra companhia que trabalha na conscientização da DRC em cães e gatos é a Royal Canin. A empresa alerta que o alerta aos tutores e a orientação com foco no Março Amarelo pode fazer a diferença no diagnóstico precoce das patologias relacionadas ao trato renal. “A campanha é uma forma de iniciar a conversa com os tutores que, muitas vezes, não associam as mudanças de comportamento do animal com o surgimento de condições renais”, explica o material da Royal Canin.

Apesar de o Março Amarelo ter foco na DRC, a doença renal não é uma doença sazonal e a seu acompanhamento deve ser feito durante todo o ano. A principal forma de prevenir as doenças renais é através de consultas de rotina. Por isso, é fundamental que o médico-veterinário, ao longo das consultas de rotina, aborde a importância do diagnóstico precoce com o tutor de animais idosos.

Isso porque, em animais maduros e idosos, exames de sangue semestrais – como SDMA e creatinina – possibilitam a definição de um diagnóstico precoce e, assim, de mudanças no manejo para que seja feito o

controle da doença.

A importância desse tipo de acompanhamento se mostra ainda maior uma vez que, nos estágios iniciais, o animal não apresenta sinais claros e, com isso, um tutor não conscientizado pode associar as mudanças de comportamento do animal a idade – descartando a possibilidade de doenças.

O diagnóstico é feito pelo médico-veterinário a partir da anamnese, histórico, exame clínico e exames complementares. Para chegar ao diagnóstico em estágios iniciais requer a combinação de diferentes exames, que incluem:

- bioquímica sérica (ureia, creatinina);
- análise da urina (densidade, pH urinário, proteinúria, razão proteína/creatinina urinária);
- hemogasometria para análise de eletrólitos;
- ultrassonografia (morfologia renal);
- pressão arterial.

A nutrição é uma aliada importante do médico-veterinário para o manejo de animais com doença renal. Vale lembrar, no entanto, que o manejo nutricional na doença renal faz parte do tratamento do pet e não substitui o uso de medicamentos por parte do profissional veterinário. A Royal Canin possui uma linha de alimentos completos, voltada para gatos e cães com doença renal. São alimentos desenvolvidos a partir de pesquisas e inovação para atender ao apetite seletivo do animal com doença renal crônica.

Os alimentos coadjuvantes da Royal Canin contribuem para reduzir os sinais clínicos e desacelerar a progressão da doença.



Hemoparasitoses

INSTITUTO DE ZOOTECNIA DE SÃO PAULO (IZ-APTA) PASSA A REALIZAR EXAMES PARA DETECTAR E QUANTIFICAR PARASITAS NO SANGUE DOS CÃES

Doenças parasitárias provocadas principalmente pelos carrapatos são uma das principais causas de morte de cachorros



O Laboratório de Genética do Instituto de Zootecnia (IZ-Apta), órgão da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo, passou a oferecer serviços avançados de detecção, diagnóstico e quantificação de hemoparasitas caninos por meio da técnica de PCR em Tempo Real Quantitativa (qPCR).

As hemoparasitoses são consideradas uma das principais causas de morbidade e mortalidade de cães, causadas por microrganismos patogênicos que parasitam as células

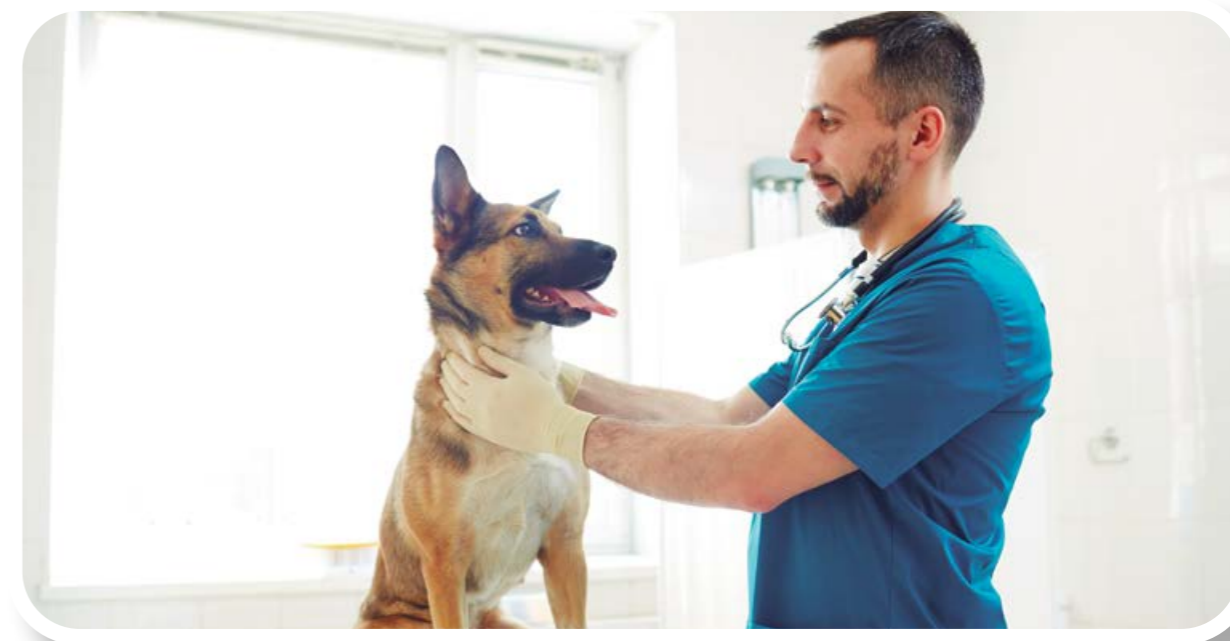
sanguíneas dos animais e transmitidas principalmente por carrapatos. As células sanguíneas destes animais, sendo transmitidas principalmente por carrapatos. Apesar da grande importância na saúde canina, são enfermidades muitas vezes subdiagnosticadas, o que se deve ao fato de os diferentes agentes poderem provocar manifestações clínicas semelhantes.

Buscando contribuir para o preenchimento dessa lacuna, os serviços oferecidos pelo laboratório do IZ vão abranger os três principais patógenos hemoparasitas que afetam os cães:

as bactérias *Babesia spp.*, *Ehrlichia canis* e *Anaplasma platys*, causadoras da babesiose, erliquiose e anaplasmose, respectivamente.



Rodrigo Gigliotti, do IZ-Apta: acompanhamento detalhado da progressão da doença



As análises deverão ser solicitadas pelo Médico Veterinário que realizou o atendimento clínico do animal. De acordo com Rodrigo Gigliotti, assistente técnico de pesquisa do IZ, a qPCR vai além da simples detecção da presença da doença, mas também permite quantificar o nível de infecção, fornecendo dados precisos sobre a carga parasitária através da contagem de cópias do DNA do patógeno. "Com os dados desta quantificação, o médico-veterinário terá

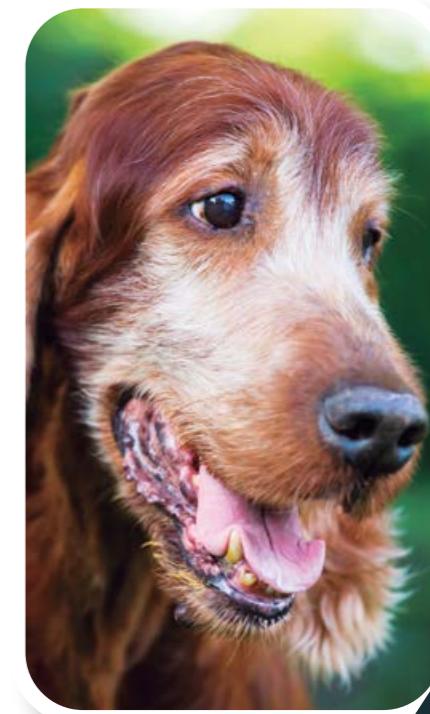


um acompanhamento detalhado da progressão da doença, poderá fazer uma avaliação precisa do prognóstico e verificar a resposta ao tratamento utilizado, contribuindo para uma abordagem terapêutica mais eficiente", explica.

A PCR (Reação em Cadeia da Polimerase) é uma técnica de biologia molecular empregada para detectar patógenos, amplificando regiões específicas do DNA. Essencial em diagnósticos clínicos, saúde pública e pesquisa, a PCR possibilita a identificação rápida e precisa de microrganismos, como vírus, bactérias, protozoários e fungos, devido à sua alta sensibilidade e especificidade. Esta técnica consegue detectar mínimas quantidades de material genético, facilitando a identificação precoce de infecções.

A evolução para a PCR quantitativa (qPCR), ou PCR em tempo real, permitiu não apenas a detecção, mas também a quantificação da carga de infecção do patógeno, fornecendo

dados cruciais sobre a dinâmica da infecção e a eficácia do tratamento. Diferente da PCR convencional, que oferece resultados qualitativos, a qPCR possibilita a detecção e quantificação simultâneas, aumentando significativamente a eficácia na identificação de patógenos, inclusive em estágios iniciais da doença, durante fases crônicas e após o tratamento.



Entregas de fertilizantes crescem 11,6% em 2023

Mato Grosso foi o Estado líder, com 10,46 milhões de toneladas, cravando 22,8% do total



O Brasil importou 39,43 milhões de toneladas

As entregas de fertilizantes em 2023 realizadas ao mercado brasileiro registraram 45,82 milhões de toneladas, um crescimento de 11,6% em relação as 41,07 milhões de toneladas do mesmo período de 2022. A Associação Nacional para Difusão de Adubos (ANDA) divulgou o levantamento e informou que o balanço resulta do empenho do setor em garantir acesso ao insumo, a base nutritiva do solo brasileiro que garante consecutivas safras recordes.

Somente em dezembro de 2023, houve alta de 7,3% em relação ao mesmo mês de 2022. Foram 3,60 milhões de toneladas, sobre 3,36 milhões.

Líder nas entregas ao mercado, o Estado de Mato Grosso concentrou

o maior volume, com 22,8%, 10,46 milhões de toneladas. Em seguida, vieram Rio Grande do Sul (5,09 milhões), Goiás (4,92 milhões), Paraná (4,89 milhões), São Paulo (4,51 milhões) e Minas Gerais (4,47 milhões).

PRODUÇÃO NACIONAL

A produção nacional de fertilizantes intermediários fechou o ano passado com 6,79 milhões de toneladas (em 2022, foram 7,45 milhões de toneladas fabricadas).

IMPORTAÇÃO

As importações de fertilizantes intermediários registraram 39,43 milhões de toneladas.

PORTOS

O Porto de Paranaguá é a principal porta de entrada dos fertilizantes no

Brasil. Foram importadas 9,47 milhões de toneladas, alta de 0,5% em relação a 2022, quando foram descarregadas 9,42 milhões de toneladas. O terminal sozinho representou cerca de 24% do total importado por todos os portos. **AR**

PRODUÇÃO BRASIL

- # 2023: 6,79 milhões de toneladas fabricadas
- # 2022: 7,45 milhões de toneladas fabricadas

PRODUÇÃO NOS ESTADOS

- # Mato Grosso: 10,46 milhões de toneladas | 22,8%
- # Rio Grande do Sul: 5,09 milhões
- # Goiás: 4,92 milhões
- # Paraná: 4,89 milhões
- # São Paulo: 4,51 milhões
- # Minas Gerais: 4,47 milhões

TRIPLA AÇÃO
NUTRE,
EQUILIBRA
E FORTALECE
A SUA LAVOURA



Saiba mais em nutricao.desafra.com.br e peça ao seu distribuidor.

As imagens e informações desta campanha são meramente ilustrativas e podem apresentar variações nos resultados e nas ofertas. A Mosaic Fertilizantes não fornece garantia, expressa ou implícita, quanto à precisão dos resultados que poderão ser obtidos com o uso do produto. Para mais informações, por favor, acesse o site nutricao.desafra.com.br.

Exclusivo
Mosaic
Fertilizantes

Performa Bio

O FERTILIZANTE QUE MAXIMIZA A EFICIÊNCIA DOS NUTRIENTES E A SUSTENTABILIDADE DA PRODUÇÃO.

Performa Bio é o fertilizante que garante ainda mais eficiência na sua adubação. Com o máximo aproveitamento dos nutrientes e o melhor desenvolvimento das culturas, contribui para plantas mais equilibradas e tolerantes a interferências do ambiente durante o desenvolvimento, resultando em maiores patamares de produtividade, com mais sustentabilidade no manejo nutricional da sua lavoura.

Máxima
performance
nutricional e
produtividade

Mais
sustentabilidade
no manejo de
nutrientes

Promove alto
rendimento
operacional

Mosaic
Fertilizantes

PHC lança TEIKKO™ contra nematoides

Brasil será pioneiro no uso de tecnologia inovadora para controlar vermes parasitas que causam prejuízo de R\$ 65 bilhões por ano no país



Comprovação da Tecnologia TEIKKO!

A Plant Health Care é pioneira a oferecer produtos com a tecnologia Plant Response Elicitor Technology (PREtec) e anuncia sua mais inovadora e disruptiva solução a base de peptídeos para o controle de nematoides: TEIKKO™. Um nematicida que oferece controle superior a outros produtos biológicos, inibindo o desenvolvimento de nematoides nas raízes e reduzindo sua população no solo. Protege as plantas para que elas possam produzir com rentabilidade e sustentabilidade, além de segurança e respeito ao meio ambiente. “É um produto diferenciado porque, com a base de peptídeos, permite o tratamento

da semente sem interferir na ação de qualquer outro produto químico ou biológico que se faça necessário. E mais, de forma permanente, independentemente do tempo que a semente leve para chegar ao solo e brotar, ou mesmo de qualquer condição climática adversa”, destaca Rodrigo de Miranda, Diretor de Negócios América do Sul e Global de Marketing da Plant Health Care.

A produção agrícola sustentável no Brasil e no mundo sofre com os danos causados por pragas e doenças do solo. Em apenas um grama de terreno, há uma diversidade ecológica e

BENEFÍCIOS TEIKKO™

- # Primeiro nematicida com a tecnologia PREtec para controle de nematóide em soja utilizado em tratamento de sementes
- # Protege a planta de dentro para fora, em todas as fases do cultivo
- # Uma das menores doses do mercado | Fácil e rápida adoção em programas de tratamento de sementes convencionais
- # Sem interferência das condições do solo ou climáticas após a aplicação
- # Não afeta ou é afetado por outros tratamentos de sementes
- # Prazo de validade de três anos, armazenagem em condições ambientais, sem refrigeração

genética impressionante. Um bilhão de bactérias, um milhão de actinomicetos e 100 mil fungos. Vários microrganismos benéficos, mas, ao mesmo tempo, outros, como os nematoides, minúsculos vermes que se alimentam de raízes das plantas, afetando a produtividade. A Sociedade Brasileira de Nematologia estima que eles ‘roubam’ até R\$ 65 bilhões por ano somente nas lavouras brasileiras.

A PHC utiliza tecnologias que permitem à planta responder seletivamente apenas aos microrganismos nocivos, estimulando a expressão de genes envolvidos na biossíntese de metabó-



Rodrigo de Miranda: “É uma tecnologia que protege a planta e a rentabilidade”.

litos secundários. O que leva à redução do ataque da raiz pelos nematoides e a mudanças nos exsudatos da raiz dentro da rizosfera, que inibem a eclosão de ovos, preservando a população de plantas, o vigor e desenvolvimento da cultura. Raízes melhores absorvem água e nutrientes, sendo que o peptídeo não deixa resíduo no solo, na água e no meio ambiente. Em contato com a semente, transmite de imediato a mensagem e, depois, degrada rapidamente, deixando em seu rastro plantas mais resistentes e saudáveis, que geram sucessivos ganhos de produtividade.

A PHC Brasil realizou ensaios em vários estados, com um grupo selecionado de pesquisadores. “Chegamos a resultados promissores para três espécies de nematoides. A resposta ao longo do tempo foi eficaz, com a planta respondendo em produtividade”, avalia Fernanda Juliatti, CEO da Juliagro BG&P. Sergio Luiz de Almeida, Gerente Técnico e de Regulamentação da Plant Health Care Brasil, assi-

nala os excelentes resultados. “Observamos uma redução na infestação de nematoides tão eficaz quanto ou superior à proporcionada pelos nematicidas biológicos utilizados como padrão, gerando até 6,4 sacas por hectare de incremento médio de produtividade”, enfatiza.

Na safra 2023 - 2024, a soja sofreu com a disponibilidade de água e altas temperaturas, afetando fortemente a produtividade e a rentabilidade. É nestas situações que podemos ver a importância de produtos como o TEIKKO™, que preservam o desenvolvimento radicular para assegurar o incremento de produtividade mesmo em condições de estresses bióticos, causados por nematoides ou abióticos causados por fatores ambientais. “TEIKKO™ será lançado inicialmente para a soja, na safra 2024 | 2025, mas também vem sendo testado em outras culturas. É uma tecnologia que protege a planta e a rentabilidade, sendo naturalmente a melhor”, concluiu Rodrigo de Miranda.

SOJA BRASIL

- # Maior exportador mundial | 150,3 milhões de toneladas em 2022 – 2023
- # O Brasil enfrenta a forte proliferação de nematoides há oito anos
- # O país aumentou o consumo de nematicidas em dez vezes

PLANT HEALTH CARE – PHC

- # Desde 2015 no mercado brasileiro
- # Empresa global especializada em tecnologias de proteínas bioestimulantes e bio defensivas
- # Cana-de-açúcar, soja, café, milho, algodão, frutíferas e hortícolas



O Novo Momento das Agrovendas

Os distribuidores de insumos precisam 'urgentemente' mirar outros componentes da estratégia, buscando maior eficiência operacional, comercial e financeira



O ciclo de negócios 2022 – 2023 e, muito possivelmente, 2023 – 2024, foram bastante desafiadores para as empresas no agro, destacadamente os distribuidores de insumos. Consolidação e verticalização de players, aspectos de mercado, preços de commodities, elevado custo de capital, agricultores postergando compras, custos de logística em alta. Some-se a isso elevados estoques de passagem e pressão de fornecedores e investidores. De fato, não foi 'marolinhá' e os impactos serão sentidos em

margens, fluxo de caixa, resultados e capacidade de captar recursos a custos competitivos. Esses fatores reforçam a necessidade da revisão e mesmo transformação nas estratégias das agrovendas. Tradicionalmente, discutia-se as estratégias de negócios e posicionamento, muito focadas em aspectos de portfólio (dado que, historicamente, havia forte bandeirização no sistema); relacionamento com algumas exceções e produtos específicos se reduziram. O relacionamento, apesar de manter-se extremamente relevante, tem sido

impactado pela crescente rotatividade de equipes e mudanças nos comportamentos de produtores com 'pé atrás', postergando negócios e comprando 'da mão para a boca'. Esses dois temas foram sempre as principais alavancas de valor do modelo de negócios na distribuição, somados à assistência técnica, logística e crédito. Entretanto, eles passam nesse novo cenário a serem aspectos básicos do modelo e já não garantem o diferencial que proveram aos distribuidores no passado. Esse novo momento demanda que continuemos



evoluindo nesses temas, principalmente de relacionamento, reforço de portfólio de especialidades e seleção de parceiros alinhados e confiáveis. São atributos necessários para a estratégia de negócios, mas não serão suficientes.

Os distribuidores de insumos precisam 'urgentemente' mirar outros componentes da estratégia, buscando maior eficiência operacional, comercial e financeira, desenvolver diferenciais próprios (não dependentes apenas de um ou poucos fornecedores) e criar/posicionar sua marca no mercado onde atua. Esses temas desdobram várias frentes estratégicas:

- 1 Gestão de pessoas, com capacidade de atrair, reter e desenvolver equipes, pois são elas que irão implementar as estratégias.
- 2 Transformação digital, para redução de custos e ganhos de eficiência em processos administrativos, comerciais, financeiros e de

crédito, CRM e operacionais.

- 3 Ofertas de serviços, garantia de assistência técnica 'de verdade', adoção de plataformas de agricultura digital e de precisão (sozinhos ou com parceiros).
- 4 Estruturação financeira e de captação de recursos, utilizando mercado financeiro, títulos do agronegócio e alternativas para reduzir custo de capital.
- 5 Revisão das estruturas logísticas de armazenagem e transporte, buscando otimizações, redução de custos, sinergias e agilidade.

Creio que o resumo da ópera é que não dá para ser competitivo nesse cenário de mercado e consolidação, fazendo 'apenas uma coisa'. Com muita frequência, empresários do setor nos perguntam: "devo investir em relacionamento ou em logística?", "faço um novo CD ou troco meu ERP?", dentre outros.

O fato é que o negócio ficou mais complexo e robusto, e muitas empresas esqueceram o básico: o Cliente! Foque no cliente, mas não deixe de perseguir eficiências e manter seu modelo de negócios flexível, robusto e com custos controlados. Esse novo momento demanda novas estratégias. E as mudanças muito provavelmente não param por aqui. Prepare-se e bom trabalho!

Matheus Alberto Cónsoli

Pesquisador e sócio fundador do 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

Cooperativas Distribuidoras

A decisão de novos produtos em cooperativas: uma visão sob a ótica da indústria e da distribuição



A crescente oferta de soluções, consequência da quantidade de empresas na indústria de insumos, da entrada de produtos importados e da queda de patentes, traz desafios não apenas para a indústria, que precisa se destacar entre os concorrentes, mas também para os canais de distribuição, que sofrem com um volume de informações cada vez maior, tornando a decisão de parceiros mais estratégica e complexa ao mesmo tempo. Como canais de distribuição focados em prover tecnologia diferenciada aos produtores, as cooperativas desempenham papel relevante nesse cenário, especialmente por serem vistas como menos 'amarradas' e 'bandeirizadas', quando comparadas com as revendas. De maneira geral, a preocupação das cooperativas está menos em se fidelizar a uma indústria específica e mais em prover toda e qualquer solução demandada pelos cooperados, especialmente no segmento de defensivos e sementes. As cooperativas agem, portanto, como curadoras de tecnologia, o que explica a existência, em muitas delas, de fundações ou entidades de pesquisa próprias responsáveis por avaliar e validar novos produtos para o portfólio. Os responsáveis por essas áreas não acionados, portanto, pela área comercial das indústrias, mas inseridos inicialmente no processo para lidar com as áreas técnicas das indústrias.

É por isso que, geralmente, a introdução de soluções nas cooperativas leva mais tempo que o de hábito nas revendas. Os critérios são, acima de tudo, técnico, sendo produtividade, ganhos operacionais e rentabilidade final para o produtor, sendo secundária a atratividade comercial para a cooperativa. Na visão cooperativista, se uma solução trazer ganhos para o cooperado, trará ganhos para a cooperativa, ainda que indiretamente. Representantes das indústrias precisam, nesse caso, tratar as cooperativas como contas especiais, organizando o relacionamento de maneira integrada e conectando as partes técnicas de ambos os lados e de maneira antecipada, pois há, muitas vezes, pipeline de validação nas cooperativas. Mais do que tudo, os representantes precisam trabalhar para provar que a solução ofertada é diferente do que existe no portfólio atual e, mais do que isso, trará ganhos para os

cooperados adotantes. Da mesma forma, a decisão por parte da cooperativa passa a ser multifuncional, ou seja, a área de suprimentos tende a ser a última a ser envolvida, apenas após a solução passar pelo crivo da área técnica e posteriormente da área comercial.

Programas de relacionamento, exclusividade do portfólio na região e condição comercial não se tornam irrelevantes, mas serão complementares aos aspectos técnicos e de resultado, que são gatilhos para a análise dos demais benefícios contemplados. Apesar da duração do processo de decisão desde o contato inicial até o estabelecimento da parceria e, portanto, de toda a energia despendida por parte da indústria, as cooperativas não perdem seu protagonismo na estratégia de acesso da indústria por diversas razões, mas três em especial:

- 1** Possuem cobertura considerável, sendo os maiores distribuidores em algumas regiões do país.
- 2** Possuem grande influência na decisão de adoção de tecnologias e compra dos cooperados.
- 3** Ser extremamente assertiva no acesso a pequenos produtores com os quais a indústria teria dificuldade de realizar venda, atendimento e geração de demanda. Por outro lado, as cooperativas enxergam a importância de receber e se relacionar com a indústria.

Se o seu objetivo é trazer cada vez melhores soluções aos seus cooperados, ainda que seja um processo de muito assédio, é importante estar sempre aberta às ofertas das indústrias, pois pode ser em uma dessas aproximações que seja descoberta uma solução que pode vir a modificar o negócio dos cooperados. **AR**



Fernando Kolya
Consultor markestrat group.

Franklin Meirelles
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

O Tripé da Excelência na Distribuição

O papel da revenda é vender produtos, serviços e levar soluções que agreguem valor ao negócio dos clientes



As transformações no comportamento dos produtores rurais estimulam o desenvolvimento de uma nova abordagem por parte dos distribuidores e de seus vendedores. Cada vez mais informados, conectados e atualizados sobre o mercado e as novas tecnologias, os produtores demandam uma força de vendas mais preparada para as relações do dia a dia e que possa prover insights e perspectivas únicas sobre seus negócios. Nesse ambiente de transformações, destacam-se os distribuidores que enxergam que seu papel é mais do que vender produtos e serviços ao agricultor, é levar soluções que agreguem valor ao negócio dos clientes, seja resolvendo problemas, reduzindo custos e despesas, ou aumentando a produtividade e a lucratividade. Para atender a essas necessidades e desenvolver esse novo perfil de Consultor de Negócios, é recomendado que o(a) vendedor(a), tanto

interno(a) (balcão) quanto externo(a) (campo), busque um aprimoramento em três pilares:



1 - COMPETÊNCIAS TÉCNICAS (HARD SKILLS)

Compreender os ciclos produtivos das culturas, práticas agrônomicas, tecnologias inovadoras, os diversos tipos de produtos (fertilizantes e corretivos, sementes, defensivos etc.) e suas especificidades, como por exemplo o momento adequado de aplicação, é essencial para que o consultor saiba fazer boas recomendações e solucionar as dúvidas dos seus clientes. Uma boa parte desse conhecimento técnico pode ser adquirido a partir da formação base em cursos de graduação ou técnicos, complementados com a experiência prática de campo do dia a dia. Os vendedores devem conhecer a fundo

quais são as atividades centrais dos produtores com os quais se relacionam. Se seus clientes produzem soja e milho, por exemplo, é importante conhecer as dores e necessidades relacionadas não somente ao manejo do cultivo (por exemplo, pragas, necessidades do solo e planta quanto à nutrição), mas também da gestão do negócio (por exemplo, gestão de custos, necessidade de caixa, gestão de pessoas, práticas de sustentabilidade). O uso de tecnologias pode potencializar as competências técnicas. A partir da utilização de imagens, dados de máquinas e histórico de produção, os vendedores podem aprender mais sobre a realidade de cada cliente e, assim, fortalecerem suas recomendações. Vale destacar o crescimento da inteligência artificial e suas aplicações. Com uma caixa de ferramentas cada vez mais sofisticada, os vendedores que souberem fazer uso desse kit poderão ter maior vantagem e qualidade no atendimento e prestação de serviços aos seus clientes.

2 - CONHECIMENTO DO PORTFÓLIO DE OFERTAS DO DISTRIBUIDOR

Conhecer a fundo as especificidades dos produtos e serviços que o distribuidor tem em seu portfólio. O conhecimento dos produtos e serviços é central para um atendimento mais consultivo. Com a evolução da qualidade da oferta dos fabricantes das diferentes categorias, é fundamental saber como posicionar uma oferta frente ao seu principal



concorrente. No ambiente em que os produtores estão mais conectados e com a informação amplamente acessível, a assimetria de conhecimento está cada vez menor. No passado, era comum os vendedores serem a principal fonte de informações para os consumidores. No entanto, hoje, a situação é diferente, não é incomum encontrar situações nas quais os consumidores estão mais bem informados sobre soluções específicas que os próprios vendedores. Dessa forma, as empresas e os vendedores devem pensar em práticas que favoreçam o aprendizado e conhecimento sobre os produtos comercializados e de seus concorrentes. Técnicas como o ADB (mapeamento dos atributos, descrições e benefícios), ou ainda, o levantamento prévio das principais objeções para o desenvolvimento de argumentos de suporte, podem auxiliar os vendedores no estudo e preparação para as interações com os clientes. Novamente, a tecnologia e as ferramentas de suporte podem auxiliar nesse processo. As empresas podem aproximar seus times de marketing e vendas para que as informações sobre os produtos e serviços possam ser sistematizadas e estruturadas. Esse material pode ser, inclusive, a base para o treinamento do time comercial, assistentes técnicos e outras pessoas que estão em contato com os consumidores e clientes.



3 - COMPETÊNCIAS COMPORTAMENTAIS COMERCIAIS (SOFT SKILLS)

Por fim, é bastante comum ouvirmos de Gestores de Distribuidores relatos de casos de profissionais atuantes na área comercial que são bons técnicos, oferecem uma assistência técnica de ótima qualidade aos agricultores

clientes, no entanto, esses mesmos profissionais acabam perdendo a venda para o concorrente. Por que será que isso acontece? O que falta nestes profissionais? Isso reflete o quanto é importante o atendente se autoconhecer e buscar desenvolver também suas habilidades comportamentais. As habilidades de negociação e persuasão, empatia e escuta ativa para com os clientes, inteligência emocional, resiliência, comunicação assertiva e oratória, simpatia e bom humor, entre outras, são cruciais para o bom desempenho profissional. Você talvez já tenha tido a experiência de ter sido atendido em alguma loja ou restaurante por algum vendedor ou garçom de cara fechada ou mau humor, certo? Como você se sentiu? Sentiu-se acolhido, com vontade de permanecer lá e comprar, ou com vontade de ir embora? Em geral, esse tipo de comportamento tende a afastar os clientes. Então, sim! É importante prestar atenção em como anda o clima e o humor de quem atende os clientes na ponta e, se necessário, aplicar treinamentos de inteligência emocional para ajudá-los a compreender que, por mais que estejam passando por momentos desafiadores, de estresse, e de pressão, é preciso cuidar para isso não transparecer ou ser descontado nos clientes, porque a linguagem não verbal é poderosa, as expressões e tom de voz se sobressaem ao que está sendo dito.

Outro ponto importante para o profissional da área comercial é aprender a ler o cliente, identificar o perfil comportamental, perguntar e escutar ativamente suas dores e necessidades, antes de partir para a venda. Por exemplo, agricultores de perfil expressivo, gostam de descontração e um bom bate papo, valorizam quando perguntam da família e do dia a dia dele. Já agricultores

de perfil dominante tendem a ser objetivos, valorizam agilidade e eficiência. Esse segundo perfil tende a se sentir incomodado, quando o vendedor fica puxando papo e não vai direto ao ponto, ao objetivo da visita, ou não o ajuda a resolver o seu problema.

Concluindo, conhecer muito bem os aspectos técnicos e agrônomicos, bem como os principais atributos e diferenciais dos produtos e serviços do portfólio da empresa que representa, é essencial, mas não suficiente. Como demonstrado nos exemplos, as habilidades comportamentais complementam e têm peso relevante no atendimento de excelência e na qualidade da experiência dos clientes. Assim, é preciso buscar um equilíbrio e criar um plano de desenvolvimento para a equipe que contemple as três dimensões apresentadas nesse artigo. Dessa forma, vendedores e assistentes estarão mais bem preparados para lidar com as transformações do ambiente de negócios e com as demandas desse novo perfil de produtor. Pense nisso! Bom trabalho e bons negócios! **AR**

Julia Cavalheri Tittoto
Consultor markestrat group.

Lucas Sciencia do Prado
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



Agricultura Regenerativa

Quando surgiu a prática e quais as principais diretrizes?

Eduardo Ivan – Gerente de Produtos Biológicos da BRANDT Brasil

O termo 'agricultura regenerativa', ou 'agricultura regenerativa tropical' (ART), tem sido muito ouvido recentemente e muitos pensam que é apenas uma atualização da boa e velha conhecida agricultura orgânica. O conceito de agricultura regenerativa, porém, vai além da agricultura orgânica, pois não apenas visa a utilização de práticas agrícolas orgânicas, mas propõe a melhoria constante do sistema produtivo, principalmente melhorando os recursos do sistema.

A agricultura regenerativa - O termo agricultura regenerativa surgiu por volta de 1980, citado pelo pesquisador norte-americano Robert Rodale, que tinha como principal prioridade a melhoria da saúde do solo. Hoje em dia, a prática está em grande destaque no setor do agonegócio e na mídia, especialmente por conta da agenda ESG e pela busca constante da diminuição das emissões de carbono. Confira abaixo algumas das principais diretrizes dessa prática:

- # Menor utilização de pesticidas químicos, mas não restrição total
- # Uso de compostagem, esterco e compostos orgânicos
- # Rotação de culturas
- # Integração Lavoura – Pecuária - Floresta
- # Adoção de práticas para sequestro de carbono, como adoção de plantio direto e uso de plantas de cobertura

Utilização de tecnologias de comunicação e sensoriais para o controle e melhor aproveitamento dos recursos hídricos na irrigação

Manejo integrado de pragas e doenças

Maior utilização de bio-soluções, como inoculantes para fixação de nitrogênio, solubilizadores de nutrientes, bioestimulantes, mitigadores de estresse hídrico e indutores de resistência


A BRANDT Brasil possui bio-soluções que caminham lado a lado com a prática da agricultura regenerativa. Abaixo, falamos mais sobre algumas delas:

FIXAÇÃO BIOLÓGICA DE NITROGÊNIO COM BRANDT AZOFORCE

O nitrogênio é um dos nutrientes mais importantes para o crescimento saudável das plantas. Algumas plantas, como o milho, não são capazes de fixar nitrogênio diretamente do ar. Por isso, para atender às necessidades desta cultura e potencializar a sua produtividade, é necessário que sejam feitas aplicações de fertilizantes nitrogenados ou de inoculantes biológicos formulados com *Azospirillum brasilense*, uma bactéria que se associa às raízes das plantas e tem a capacidade de capturar nitrogênio da atmosfera e fixar no solo, sendo posteriormente absorvido pela planta. Segundo pesquisadores, as bactérias fixadoras de nitrogênio podem incrementar em até 30% o ganho de produtividade na cultura do milho. Em resumo, *Azospirillum brasilense* se desenvolve nas raízes, fixando N₂ atmosférico, transformando-se em sais de nitrogênio que são utilizados pelas plantas (NH₄⁺, NO₂, NO₃). Para apoiar o agricultor nesse desafio, a BRANDT conta com o inoculante líquido BRANDT Azoforce, que atua em simbiose com as plantas, captando o nitrogênio da atmosfera e disponibilizando-o para absorção, mais especificamente para plantas leguminosas e gramíneas.

BRANDT SOLUFORCE: POTENCIALIZANDO A SOLUBILIZAÇÃO DE FÓSFORO

Em 2020, pesquisadores brasileiros revelaram que existe uma grande quantidade de fósforo acumulado nos solos brasileiros. Ao todo, de 1960 até 2016, foram acumuladas 33,4 milhões de toneladas de fósforo e se espera que esse número chegue a 100 milhões de toneladas até 2050. Esse cenário se dá por conta do baixo aproveitamento da adubação fosfatada. Segundo pesquisadores, de todo fósforo aplicado, a plan-

ta consegue absorver de 5% a 30%, ficando a maior parcela retida no solo (fósforo não-lábil). Sendo assim, a adoção de bactérias solubilizadoras de fósforo tem aumentado nos últimos anos, principalmente pela possibilidade de redução da adubação fosfatada, sem perdas de produtividade. As bactérias solubilizadoras produzem uma série de substâncias que agem na mineralização ou solubilização do fósforo, como exemplo da fosfatase, fitase e ácidos orgânicos. A BRANDT Soluforce possui esse mesmo princípio: por meio de bactérias específicas que possuem o poder de solubilizar o fósforo presente no solo, o inoculante líquido não apenas potencializa a aplicação atual como também atua no fósforo já presente naquela área, oriundo de aplicações passadas. Dessa forma, a tecnologia BRANDT torna o fósforo presente no solo solúvel e traz, como consequência, o aumento da disponibilidade daquele nutriente, já que ele passará a estar na forma ideal para ser absorvido pela planta. 

FONTES

Pavinato, P.S., Cherubin, M.R., Soltangheisi, A. et al. Revealing soil legacy phosphorus to promote sustainable agriculture in Brazil. *Sci Rep* 10, 15615 (2020).

<https://doi.org/10.1038/s41598-020-72302-1>

<https://rodaleinstitute.org/pt/certifica%C3%A7%C3%A3o-org%C3%A2nica-regenerativa/>

<https://ciorganicos.com.br/inteligencia/producao-organica-agroecologia-e-agricultura-regenerativa/>

<https://croplifebrasil.org/conceitos/agricultura-regenerativa/#:~:text=No%20contexto%20de%20produ%C3%A7%C3%A3o%20de,sist%C3%AAmico%20para%20sua%20propriedade%20agr%C3%ADcola.>

<https://iba.agr.br/quem-somos/>

Reforma Tributária: impactos para as revendas com o Imposto Seletivo

Eduardo Berbigier

Tenho visto com muita apreensão a implementação da reforma tributária, principalmente pela forma açodada e pouco debatida. A nova redação constitucional foi aprovada sem a definição clara dos pontos fundamentais para que o contribuinte possa entender o real impacto do novo sistema na carga tributária brasileira.

A reforma deixa muita margem para um aumento relevante dos tributos sobre a iluminação pública, sobre o IPVA e a taxação sobre heranças.

Outro ponto nefasto, sentido neste momento, é a corrida dos estados que aumentaram drasticamente o ICMS, objetivando garantir uma "fatia" mais robusta no rateio do IVA, após a reforma.

Ignorando completamente a inflação, aumento da dívida pública, taxas de desemprego e outros complicadores econômicos, mais de 60% dos estados aumentaram suas alíquotas modais de ICMS. Por exemplo, Pernambuco e Paraíba, subiram de 18% para 20,5% e 20%, respectivamente. O DF reajustou de 18% para 20%. Ceará aumentou de 18% para 20%.

O economista Ecio Costa, da Universidade Federal de Pernambuco, em entrevista para o Valor Econômico, cita que os aumentos em sua maioria superaram 10%, onerando, principalmente, a produção industrial nacio-

nal, que já sofre com a concorrência dos importados.

Marcos Cintra, autoridade econômica no assunto, alerta que a reforma tem um potencial brutal de promover o chamado "deslocamento de carga tributária" em desfavor da agricultura, serviços e construção civil. Em outras palavras, aumento.

Essa transferência e aumento real da carga podem desestruturar a economia e desestimular diversos setores, dentre eles alguns que concentram grande parte da mão de obra. Este cenário, aliado com a recente reestruturação da folha de salários por meio de uma Medida Provisória do Executivo (contrariando legislação expressa do Congresso) pode por em risco muitos e muitos empregos formais no país.

Neste particular, pode-se destacar ao menos uma notícia que provoca esperança, visto que o governo deve editar uma nova medida provisória em substituição à 1.202/2023, que prevê o fim da desoneração da folha de pagamentos para 17 setores da economia, conforme revelam conversas recentes realizadas entre o ministro da Fazenda, Fernando Haddad, e o presidente do Congresso, Rodrigo Pacheco (PSD-MG).

Mas ainda em relação à reforma, a emenda constitucional mostra-se como um cheque em branco para



EDUARDO BERBIGIER

Presidente da Berbigier Sociedade de Advogados, tradicional escritório de Curitiba, com mais de 80 anos de atuação em todo o Brasil. Foi membro do Conselho de Tributação da Associação Comercial do Paraná até 2016, além de membro da Associação Brasileira de Advocacia Tributária e de diversas outras entidades empresariais e jurídicas em nível nacional.

o Congresso Nacional e o Governo Federal, que terá total liberdade para atuar em um aumento expressivo no custo tributário para a maioria dos contribuintes.

Pelas manifestações do Ministério da Fazenda devemos ter uma alíquota geral dos novos tributos em torno de 27,5%, acima da maior tributação mundial deste modelo tributário (IVA) que é a da Hungria, atualmente em 27%.

Ponto de extrema fragilidade para o setor do agronegócio e que merece atenção, principalmente para as revendas de insumos agrícolas, é a instituição do Imposto Seletivo, desde logo já conhecido como o "impostado pecado".

Consta na redação do inédito inciso VIII do art. 153 da Constituição Federal que a União poderá instituir o referido imposto sobre a "produção, extração, comercialização ou importação de bens e serviços prejudiciais à saúde ou ao meio ambiente, nos termos de lei complementar".

Verifica-se a previsão constitucional de um conceito muito amplo em relação a tais bens ou serviços que sejam prejudiciais à saúde ou ao meio ambiente, ficando totalmente a critério do Poder Legislativo a qualificação, por exemplo, de se os defensivos agrícolas, ou ao menos alguns deles, sofrerão a incidência do referido tributo, considerando eventuais prejuízos à saúde ou ao meio ambiente.

Deste modo, além dos novos "Imposto sobre Bens e Serviços" e "Contribuição sobre Bens e Serviços",- tributos com mesma identidade de base de cálculo e fato gerador, que sequer possuem alíquotas previamente de-

finidas, o que já gera extrema preocupação em relação ao aumento da carga tributária do setor -, a atividade também se mostra fragilizada diante da possibilidade de incidência de um terceiro tributo seletivo, estando as definições e qualificações totalmente a critério do legislativo.

Portanto, dúvidas não restam quanto à necessidade e importância de uma atuação incisiva da bancada parlamentar do agronegócio na defesa dos interesses de toda a classe, quando das edições e votações das leis regulamentadoras das novas disposições constitucionais tributárias.

Todo cuidado é pouco para que insumos agrícolas imprescindíveis ao bom desenvolvimento da atividade não se tornem reféns de uma tributação extremamente onerosa e excessiva, o que certamente poderá inflacionar de forma exacerbada toda a cadeia do agronegócio.

Eis que os novos tributos são tratados de forma extremamente sucinta e genérica no texto constitucional, sendo fundamental regulamentação pelo le-

gislativo, revelando caráter preocupante e muito temerário aos contribuintes.

Sabe-se que qualquer oneração da tributação da cadeia do agronegócio, por mais sensível que pareça, representa um reflexo significativo em desfavor da balança comercial brasileira, visto que o setor representa aproximadamente 25% das importações e exportações do país.

Fato é que toda a construção legislativa e jurisprudencial até então construída em relação aos benefícios tributários destinados ao agronegócio, bem como aos vários outros setores, está sendo aniquilada e voltando à estaca zero.

Por essas e outras questões, mas principalmente pela falta de transparência e clareza nas regras, os contribuintes brasileiros têm mais razões para ficarem apreensivos pelo aumento e complexidade ao invés de confortáveis, com uma suposta simplificação das obrigações fiscais que vendida pelo Congresso e Executivo, quando aprovaram um texto grande e denso em tempo recorde. **AR**



Gastar o dinheiro do futuro hoje é péssima ideia!

Cuidar das contas públicas significa garantir recursos para o presente e o futuro

Ricardo Amorim - Presidente da Ricam Consultoria e fundador da Smartrips.co e AAA Plataforma de Inovação.



afasta potenciais investidores, reduzindo a geração de empregos.

A mera sinalização de que isso poderia acontecer já causou, inicialmente, uma alta do dólar, uma queda da Bolsa e uma alta nas taxas de juros praticadas pelo mercado. Se mantidas essas tendências, acabaríamos com mais inflação e menos empregos e crescimento econômico. Felizmente, a partir da reação dos mercados, o governo voltou atrás na ideia de abandonar a meta de equilíbrio fiscal. Em resposta, o dólar e as taxas de juros caíram e a Bolsa subiu. Se, de fato, tivéssemos um déficit primário em 2024, o aumento do endividamento público que ele causaria reduziria também a disponibilidade de crédito para o setor privado, já que uma parte da disponibilidade

do crédito no país seria redirecionada para financiar o governo. Isso prejudicaria a economia.

No longo prazo, um descontrole permanente das contas públicas pode gerar problemas ainda mais graves, como aconteceu na Argentina e na Venezuela. Cuidar do orçamento é o único caminho para garantir, de forma permanente, recursos para áreas fundamentais, como educação, saúde e segurança. Cuidar das contas públicas significa garantir recursos não só para o presente, mas também para o futuro. Negligenciar as contas públicas, gastando mais do que arrecadamos, endividando o país, é uma forma de usar o dinheiro do futuro no presente. No futuro, vai faltar. Qualquer semelhança com a história da formiga e da cigarra não é mera coincidência. **AR**

Recentemente, o presidente Lula fez um discurso que apontava para um pequeno déficit primário no orçamento do governo federal em 2024, contrariando suas promessas anteriores de equilíbrio. Mesmo que o tamanho do déficit não preocupasse, a quebra de promessa, preocupou, sim. Ela se assemelhava ao caso de um ex-alcoólatra, que prometeu não beber, mas pouco depois, diz é só um pouquinho'. Infelizmente, o histórico brasileiro de déficits públicos prejudica nossa credibilidade. Gastar mais do que se ganha sempre aumenta o endividamento de quem faz isso, seja no caso do setor público, de uma família ou de uma empresa. No caso de um país, isso



AgroCooperativas

O melhor das Cooperativas Brasileiras



Castrolanda chega ao Norte do país

nº13
AR103



Cooperativas vencem desafios e crescem em ano difícil

Grandes cooperativas conseguiram aumentar faturamento, apesar das adversidades. Outras repetiram desempenho do ano anterior, que havia sido excelente

A avaliação dos dirigentes de cooperativas agropecuárias brasileiras sobre 2023 é unânime: foi um ano difícil por conta da quebra na produção agrícola e da queda nos preços das commodities e da carne. Mesmo assim, as cooperativas tiveram saúde econômica para manter o desempenho do ótimo ano de 2022 e, em alguns casos, até superá-lo. Isso é o que elas mostram nas Assembleias Gerais Ordinárias, em que prestam contas de como foi o ano anterior e apresentam os planos para o futuro.

Maior cooperativa agropecuária do Brasil e da América Latina, a Coamo, com sede em Campo Mourão, Noroeste do Paraná, está entre as que tiveram crescimento em 2023 sobre o exercício anterior, quando movimentou R\$ 28,1 bilhões. A cooperativa registrou uma receita global de R\$ 30,3 bilhões, com crescimento de 7,6% em relação a 2022. O desempenho, segundo a direção, foi reflexo do aumento no recebimento e faturamento dos produtos agrícolas, apesar da redução dos preços.

A sobra líquida da Coamo atingiu R\$ 2,324 bilhões, um crescimento de 2,9% sobre o ano anterior. A cooperativa vai distribuir R\$ 850 milhões entre seus 31 mil associados nos estados do Paraná, Santa Catarina e Mato Grosso do Sul. O Patrimônio Líquido da Coamo atingiu o montante de R\$ 10,615 bilhões, representando um crescimento de 17,5% em



Assembleia da Coamo reúne cooperados para divulgação resultados; diretoria destaca crescimento de 7,6% no ano passado

relação ao ano anterior. E o Ativo Total atingiu R\$ 17,370 bilhões.

O presidente do Conselho de Administração da cooperativa, José Haroldo Galassini, afirmou durante a assembleia ordinária realizada em Campo Mourão que 2023 foi o ano mais atípico da história da Coamo. "Foi um ano com grandes safras, tanto de soja como de milho e trigo e, em contraponto, uma severa crise de liquidez por parte de uma parcela de cooperados. Porém, graças à política de administração praticada desde o início das atividades da Coamo, priorizando a capitalização constante, foi possível superar as dificuldades de armazenamento, logística e financeira, e apresentar um excelente resultado aos mais de 31 mil cooperados", comemora.

No ano passado, a Coamo recebeu a maior safra de produtos agrícolas de sua história, num total de 9,962 milhões de toneladas. Esse total representa 3,1% da

produção brasileira de grãos. A capacidade de armazenamento da cooperativa é de 6 milhões de toneladas. Nos armazéns da Coamo, o estoque de passagem estava excessivamente alto, fora do histórico da cooperativa. Com a grande safra de grãos recebida, o baixo volume de fixação pelos cooperados e interrupções em rodovias em direção ao Porto de Paranaguá, a Coamo precisou recorrer a soluções alternativas como silos bolsa, armazéns infláveis, aluguel de armazéns de terceiros, piscinas a céu aberto e moegas. E isso resultou em aumento de custos e morosidade no recebimento.

Para agilizar o recebimento e armazenagem da produção dos cooperados, além de ampliar e modernizar a infraestrutura nas diversas áreas com o incremento da verticalização para agregar valor às atividades dos cooperados, os investimentos da Coamo em 2023 totalizaram R\$ 569,714 milhões. Esses investimentos foram aplicados na conclusão dos novos

entrepósitos e escritórios administrativos em Campo Mourão, Engenheiro Beltrão e Bragançana, no Paraná, em Rio Brilhante e Ponta Porã, no Mato Grosso do Sul, entre outras atividades.

Em dezembro de 2023 foi realizada Assembleia Geral Extraordinária com aprovação pelos cooperados dos investimentos para o triênio 2024 a 2026, no montante de R\$ 3,5 bilhões, referente a construção de novas unidades.

COCAMAR CRESCE 17%

Outra das grandes agrocooperativas do Paraná, a Cocamar, com sede em Maringá, apresentou em 2023 um faturamento 17% maior do que no ano anterior. Mesmo num ano considerado complexo, a cooperativa movimentou R\$ 13,018 bilhões, um salto sobre os R\$ 11,115 bilhões registrados em 2022. A distribuição de sobras ficou em R\$ 122,6 milhões, com crescimento também de 17%.

Durante a Assembleia, foram apresentadas as projeções para o exercício 2024, em que o faturamento, segundo estabelece o planejamento estratégico do ciclo 2020/25, deve chegar a R\$ 14,2 bilhões, com a continuidade da ampliação do número de entrepostos em vários estados e da capacidade de armazenagem de grãos. Para 2025, a meta é atingir R\$ 15 bilhões.

O presidente executivo Divanir Higino

apresentou o relatório de gestão referente ao ano passado e lembrou que "associada a alguns fundamentos de mercado, a superoferta brasileira de soja causou, já nos primeiros meses de 2023, uma forte pressão sobre as cotações que haviam sido infladas principalmente durante a pandemia e frustrou as expectativas do setor".

A safra volumosa exigiu, então, que a Cocamar redobrasse esforços para dar conta dos altos volumes de recebimento, agravados pelo fato de a colheita concentrar-se em curto período. No total, a cooperativa registrou uma movimentação histórica de 4 milhões de toneladas de grãos ao longo do ano, entre soja e milho principalmente, além de trigo e sorgo.

De soja, foram recebidas 2,3 milhões de toneladas, quase o dobro em comparação às 1,2 milhão de toneladas entregues pelos produtores no ano anterior, em que as lavouras foram afetadas pela estiagem. De milho, o volume chegou a 1,7 milhão de toneladas, acima das 1,3 milhão recebidas em 2022.

Na avaliação da diretoria, a "reviravolta" no mercado deprimiu também os preços do milho e do trigo e freou, num primeiro momento a comercialização da soja, que depois passou a avançar lentamente. "Como consequência, os produtores, de uma forma geral, ficaram mais cautelosos na efetivação de negócios. Por isso,

muito deles deixaram de planejar, como vinham fazendo, a antecipação de insuamos para o ciclo 2023/24, arriscando-se em aquisições de última hora", acrescentou Higino.

C.VALE AVANÇA 7,62%

Os resultados da C.Vale, sediada em Palotina, Oeste do Paraná, no ano de 2023 foram igualmente positivos, apesar das dificuldades registradas ao longo do ano. Mesmo com os problemas de produção de grãos e da queda nos preços das commodities, a cooperativa faturou R\$ 24,42 bilhões, um crescimento de 7,62% em relação a 2022. A C.Vale figura como segunda maior cooperativa agropecuária do país, segundo o ranking do suplemento AgroCooperativas.

A distribuição de sobras entre os associados foi fixada em R\$ 120 milhões, incluindo devolução de capital social e retorno de ICMS relacionado à esmagadora de soja da cooperativa. O valor distribuído é 7% maior do que o do ano anterior.

"Esperávamos um desempenho melhor, mas o agronegócio lida com componentes sobre os quais não temos controle, sendo o clima o mais importante deles", avaliou o presidente da cooperativa, Alfredo Lang. O dirigente classificou 2023 como um ano cheio de contrastes. Lang lembrou o acidente na unidade de grãos de Palotina, que deixou dez mortos e dez feridos, e a inauguração da esmagadora de soja, empreendimento que exigiu mais de R\$ 1 bilhão em investimentos.

Os números apresentados pelos dirigentes relativos à industrialização ajudam a explicar o motivo de a cooperativa manter ou ampliar seu desempenho mesmo com as condições adversas na agricultura. A cooperativa iniciou seu processo de industrialização há 26 anos. Hoje, suas unidades de negócio que processam frango, peixe e mandioca respondem por



Diivo Grolli, presidente da Coopavel, comanda assembleia: recebimento recorde de soja



Alfredo Lang, presidente da C.Vale: um ano cheio de contrastes

27% do faturamento, com receita de R\$ 6,7 bilhões.

A C.Vale exportou 67% da carne de frango e 26% da carne de tilápia produzidas por seus associados. As indústrias somam 8.412 funcionários, o que corresponde a 60% do quadro de trabalhadores da cooperativa, composto por 13.886 pessoas. No segmento grãos, a C.Vale recebeu mais de 50 milhões de sacas de soja e quase 46 milhões de sacas de milho no ano passado. Agora em 2024 a cooperativa vai colocar em operação a esmagadora de soja e vai ampliar a fábrica de rações localizada em seu complexo agroindustrial.

LAR MANTÉM BOM DESEMPENHO

Para os dirigentes da Lar Cooperativa, quarta maior cooperativa agropecuária brasileira segundo o Ranking publicado pelo suplemento AgroCooperativas, da Revista AgroRevenda, 2023 foi um ano



Presidente da Lar Cooperativa, Irineo da Costa Rodrigues, fez reuniões com cooperados em vários municípios antes da assembleia geral

desafiador. Mesmo assim, conseguiu manter a movimentação econômica nos mesmos níveis de 2022. A cooperativa teve faturamento R\$ 21 bilhões no ano passado.

Esse resultado é praticamente o mesmo registrado no ano anterior, quando faturou R\$ 21,59 bilhões. Esse é um resultado muito expressivo, já que 2022 foi um ano de forte crescimento, de 28%, sobre o exercício anterior, quando movimentou R\$ 17 bilhões. A distribuição de sobras entre os quase 14 mil associados será de R\$ 141,89 milhões.

“O ano de 2023 foi muito difícil, tínhamos a preocupação até de não ter um bom resultado e se considerarmos a complexidade do período, alcançamos sim um bom balanço, foi o melhor entre todas as cooperativas da região Oeste do Paraná, então temos que comemorar”, afirmou o diretor-presidente da Lar, Irineo da Costa Rodrigues.

COTRIJAL FATURA R\$ 5,41 BILHÕES

A avaliação da direção da Cotrijal, com sede em Não-Me-Toque (RS), é de que o resultado da cooperativa foi bom. O Rio Grande do Sul foi especialmente impactado pelo clima adverso, que impôs uma quebra expressiva na safra de grãos no ano passado, que se somou à queda nos preços das commodities. Mesmo com esses desafios, a cooperativa regis-

trou um faturamento de R\$ 5,41 bilhões e estabeleceu uma distribuição de R\$ 25,088 milhões em sobras de balanço.

“Foi necessário um claro entendimento sobre a realidade, firmeza nas decisões e ao mesmo tempo tranquilidade para fazer ajustes no orçamento e construir um bom resultado para a cooperativa e o produtor, auxiliando ele também na busca por recursos para amenizar o prejuízo da safra”, afirma o presidente da Cotrijal, Nei César Manica.

Na avaliação do vice-presidente da Cotrijal, Enio Schroeder, o resultado de 2023 evidencia a eficiência administrativa da cooperativa e o comprometimento de todo quadro de colaboradores e a confiança do quadro social. “Construímos bons números com a ajuda de todos e ainda fizemos importantes investimentos nas unidades para melhor atender o nosso produtor, que é a razão da existência da cooperativa”, destaca.

COOPAVEL COMEMORA

A Coopavel também comemorou seus resultados em 2023, ano marcado por intempéries, questões sanitárias e conflitos armados que causaram consequências ao setor. Mesmo com todas essas adversidades, a cooperativa apresentou no ano passado seu segundo maior faturamento, R\$ 5,24 bilhões, pouco abaixo dos R\$ 5,43 bilhões registrados em 2022, que é o recorde histórico da Coopavel.

A assembleia geral ordinária também aprovou as sobras a serem distribuídas aos cooperados, no valor de R\$ 66 milhões. A cooperativa reportou ter feito investimentos de R\$ 264,3 milhões no ano passado. O plano de investimento para este ano inclui a ampliação de armazenagem e melhoria na estrutura organizacional, além da ativação ao longo do ano de uma nova indústria, a Biocoop, centrada na produção de defensivos biológicos.



Cooperados aprovam a prestação de contas da Cotrijal: firmeza nas decisões

A recepção de soja, em 2023, foi a maior da história da cooperativa com 498,7 mil toneladas. O mesmo ocorrendo com o trigo, totalizando 201,4 mil toneladas. Já no milho foram 302,6 mil toneladas. O total de grãos recebidos superou, pela primeira vez, a casa de um milhão de toneladas. Em 31 de dezembro de 2023, a Coopavel tinha 7.408 cooperados e 6.924 colaboradores.

AURORA COOP: MERCADO EXTERNO

A Cooperativa Central Aurora Alimentos, a Aurora Coop, sediada em Chapecó, Santa Catarina, reportou uma receita operacional bruta de R\$ 21,7 bilhões no ano passado. O resultado é praticamente o mesmo registrado no ano anterior, que ficou em R\$ 22 bilhões. Terceira maior agrocooperativa do país, a Aurora Coop apresentou um resultado negativo de 0,63% da receita operacional, no valor de R\$ 137,9 milhões, integralmente absorvido pelo Fundo de Reservas da cooperativa.

Na assembleia realizada pela organização, a diretoria destacou outros aspectos do desempenho obtido no ano passado. Entre eles o avanço no mercado externo e a criação de quase 4 mil novos postos de trabalho no exercício do ano passado. Os dados foram apresentados pelo presidente Neivor Canton e pelo vice-presidente, Marcos Antônio Zordan.

No ano passado, a Aurora Coop obteve no mercado interno 65,5% de suas receitas (R\$ 14,6 bilhões) e, no mercado

externo, 34,5% (R\$ 7,5 bilhões). O maior volume da produção (63,7%) foi absorvido pelo mercado doméstico, o que corresponde a 1,045 milhão de toneladas de alimentos.

O crescimento da presença da Aurora Coop no mercado externo nos últimos 10 anos foi superior a 700%. Há uma década, em 2013, as exportações representavam 18,6% da receita operacional bruta e contribuíam com R\$ 1,055 bilhão no caixa da empresa. Em 2023, um terço das receitas vieram das vendas externas. Para o mercado externo foram direcionados 36,3% dos volumes produzidos, ou seja, 678,5 mil toneladas.

Outro ponto relevante foi o quadro geral de colaboradores da Aurora Coop que cresceu 9,7% em 2023 em decorrência da abertura de 3.938 novas vagas, totalizando, 44.336 empregos diretos. Os investimentos nos colaboradores totalizaram R\$ 2,7 bilhões, incluindo salários, encargos, participação em resultados, benefícios,



Aurora Coop: vices-presidentes Marcos Zordan (agronegócios) e Leomar Somensi (mercados), Romeo Bet, secretário do Conselho, e Neivor Canton, presidente da cooperativa

SST (segurança e saúde no trabalho), capacitação e auxílio-escola.

Outro ponto destacado pela diretoria foi o fato de a Aurora Coop ter assumido, em outubro, as operações da unidade industrial de carnes da marca Alegria, em Castro (PR), que pertencia às cooperativas Frísia, Capal e Castrolanda, todas localizadas no Paraná. Foi uma grande operação de intercooperação e resultou no ingresso das três cooperativas no quadro do Sistema Aurora Coop como filiações.

A aquisição ampliou em 12% a capacidade industrial de abate da Aurora Coop. Agora, as oito plantas do sistema podem abater 32092 suínos por dia. Com a filiação das três cooperativas paranaenses, a Aurora Coop passa a contar com 14 filiações: Cooperalfa, Caslo, Coopervil, Coolacer, Copérdia, Cooperitaipu, Coosgo, Auriverde, Cooper A1, Copercampos, Cocari, Castrolanda, Capal e Frísia.

O conjunto das 15 sociedades cooperativas – Aurora Coop e suas filiações – representa uma receita operacional bruta de R\$ 68,7 bilhões e um quadro associativo de 85.629 cooperados que mantêm 63.057 empregos diretos. Em 2023, a geração de ICMS pela cooperativa chegou a R\$ 2,3 bilhões, o valor adicionado na atividade agropecuária (indireto) foi de R\$ 11,6 bilhões e o valor adicionado na atividade industrial e comercial somou R\$ 5,3 bilhões.

Castrolanda chega ao Norte do país, com unidade em Colinas do Tocantins

Cooperativa escolheu Tocantins por conta dos preços mais atrativos de terras; objetivo é dar suporte a produtores que sejam investir na região

A Castrolanda Cooperativa Agroindustrial, sediada em Castro, na região dos Campos Gerais do Paraná, instalou um entreposto de recebimento de grãos no município de Colinas do Tocantins (TO). O anúncio marca a chegada da cooperativa ao Norte do país. Até então, a Castrolanda tinha unidades no Paraná e interior de São Paulo. O objetivo é fomentar a produção agrícola local, dando suporte a produtores que desejam investir na região.

O município de Colinas do Tocantins conta com cerca de 34 mil habitantes, número considerado baixo se

comparado às cidades da região Sul e Sudeste do país, onde a Castrolanda atua. Colinas, no entanto, é o sexto mais populado do Estado e apresenta um enorme potencial de desenvolvimento agrícola.

A área adquirida para a instalação da unidade é de 83 hectares, localizada ao Norte da cidade, às margens da rodovia BR-153 e a pouco mais de 12 km do centro de Colinas. A localização é estratégica para receber a safra de produtores e escoá-la até regiões portuárias.

As escolhas pela instalação da unidade no Tocantins – e pela região

de Colinas – se deram por motivos estratégicos e após um longo estudo de viabilização. O principal motivo da chegada da Castrolanda ao Norte do país se dá pela dificuldade de aquisição, por parte dos cooperados que atuam nas regiões Sul e Sudeste, de novas terras para ampliar os negócios locais, como explica o gerente de Estratégia, Projetos e Processos da cooperativa, Vitor Almeida.

“A Castrolanda tem como desafios atuais para as áreas agrícolas o ganho de escala e o crescimento limitado devido à falta de terras para plantio nas regiões de atuação da cooperativa. Esse cenário se deve a fatores como concentração fundiária, valorização de terras na região Sul e Sudeste, expansão das áreas urbanas e tantos outros que dificultam ao nosso cooperado qualquer possibilidade de ampliar a área de atuação”, afirma o gerente.

Os estudos para expandir os negócios da cooperativa tiveram início em março de 2022, com o objetivo de identificar novas áreas com potencial de atuação da Castrolanda, visando critérios como custo da terra, infraestrutura, aptidão agrícola e

presença da Fundação ABC – órgão de pesquisa e desenvolvimento agrícola fomentado pela Castrolanda ao lado de outras duas cooperativas paranaenses: Frísia e Capal.

Na unidade de Colinas do Tocantins, a Castrolanda pretende replicar o sucesso da atuação no Paraná, gerando valor aos cooperados e ao mercado, crescendo de forma sustentável e alinhada desenvolvimento estratégico da cooperativa. O entreposto irá operar com a recepção, secagem e armazenamento de grãos, além de auxiliar produtores cooperados em questões como fornecimento de insumos, assistência técnica e agricultura de precisão.

Para Seung Lee, Diretor-Executivo da Castrolanda, a expansão geográfica é vital para o desenvolvimento estratégico da cooperativa. “Ao alcançar novas regiões, não estamos apenas crescendo numericamente, mas fortalecendo nossa posição no mercado. O aumento de escala nos torna resilientes diante de desafios locais, e a unidade em Colinas do

Tocantins representa um passo significativo em nossa missão de gerar valor ao cooperado e ao mercado do agronegócio”, explica.

72 ANOS DE HISTÓRIA - Apesar de ser uma cooperativa paranaense, a Castrolanda foi fundada muito longe da região Sul do Brasil, ainda em 1951. Na época, produtores holandeses buscavam novas oportunidades de trabalho no período pós-guerra e receberam a oportunidade de migrar da Europa para a região de Castro, nos Campos Gerais do Paraná, onde habitariam terras pouco férteis e de difícil adaptação.

O desafio foi superado com fé, força de trabalho e muita cooperação. Antes de vir ao Brasil, os produtores fundaram a cooperativa Castrolanda, que trazia no nome a junção do país de origem (Holanda) com o município onde iniciariam uma nova vida (Castro).

Em mais de sete décadas de história, a cooperativa cresceu e se tornou um dos maiores nomes do agronegócio paranaense e um importante player do cenário nacional. Atualmente são

mais de 1,1 mil cooperados e 2,5 mil colaboradores, espalhados em 28 unidades nos estados do Paraná e São Paulo. A gigante do agro chega aos 72 anos com um recorde histórico de faturamento de pouco mais de R\$ 7 bilhões registrados ao final de 2022.

A cooperativa conta com Unidades de Negócios divididas em Operações (Agricultura, Carnes, Leite, Batata e Administração) e Industrial (Leite e Batata). No Tocantins, a atuação será exclusivamente na área agrícola. Para o presidente da Castrolanda, Willem Berend Bouwman, a chegada da cooperativa em solos tocantinenses é um marco histórico de extrema importância para a cooperativa, que tem em suas raízes a busca por oportunidades em locais distantes das áreas de atuação.

“Entendo esta expansão ao Tocantins como um movimento muito semelhante ao realizado pelos pioneiros da Castrolanda: nossos produtores buscam oportunidades de desenvolvimento e enxergaram na região um grande potencial para trilhar novos horizontes”, destaca o presidente.



Willem Berend Bouwman, presidente da Castrolanda: a chegada em Tocantins é um marco histórico.



Sede da cooperativa em Castro, no Paraná: expansão da base de atuação começou a ser estudada há dois anos, em março de 2022.

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

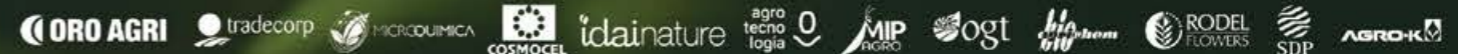
países com vendas de nossas soluções



+850

especialistas a campo

Somos Rovensa Next



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

Microgeo lança Inoculantes VIGORGEO

Nova linha destaca Brad, Azos e Fós para várias culturas, busca o ecossistema ideal no campo e foi anunciado durante a disputa do Desafio Microbioma Brasil



Desafio Microbioma Brasil: palco do lançamento da Linha VIGORGEO.

A Microgeo, empresa fundada em 2000 e pioneira no setor de biológicos, com a inovadora Biotecnologia Microgeo®, que nutre, regula e mantém o processo de compostagem líquida contínua, lançou em Indaiatuba (SP), no fim de março passado, a nova Linha de Inoculantes VIGORGEO, destinada a ajudar o crescimento das plantas, repondo a biodiversidade e auxiliando na parte nutricional das culturas. São três soluções. Brad, principalmente para a cultura da soja, na parte de nutrição. Já Azos atua na fixação de nitrogênio, para gramíneas e também soja. E Fos, um solubilizador de fósforo, que induz o crescimento da planta.

“É mais um passo que o Fundo Pátria dá no sentido de criar no Brasil a maior plataforma de produtos sustentáveis. Assim como no Paraguai e Uruguai. Com a aquisição de empresas e desenvolvimento de novos produtos, fertilizantes especiais e linhas como VIGORGEO. E temos no radar ofertar mais tecnologias na área, nos próximos dois e três anos”, explicou Caio Suppia, Diretor de Marketing da Microgeo.

O lançamento foi realizado durante a final do desafio especial realizado pela empresa há quatro anos para levar inovação agrícola rumo à sustentabilidade. O Desafio Microbioma Brasil (DMB) começa com quatro

etapas regionais realizadas no Cerrado Oeste, Cerrado Leste, Cana-de-Açúcar e Sul. A final é um momento em que os quatro trabalhos vencedores das fases regionais foram apresentados e avaliados por uma banca de especialistas de renome. Inspirado no “Plant Microbiome Symposium”, é uma iniciativa pioneira da Microgeo, que visa fomentar discussões sobre a relevância do microbioma do solo na agricultura e integrar academia, produtores, consultores técnicos e o mercado.

O DMB recebe trabalhos do Brasil inteiro, que investigam os efeitos do manejo biológico no restabelecimento do microbioma do solo, visando práticas

agrícolas mais sustentáveis, com o Microgeo®. Neste ano, os estudos trataram de estoque de carbono e atributos físicos do solo; os efeitos na cultura do café durante três anos; o impacto da atividade biológica do solo na cultura da soja e a melhoria dos parâmetros fotossintéticos e aumento da eficiência do uso da água em cana.

A avaliação dos trabalhos finalistas foi realizada pelos renomados especialistas Fernando Dini Andreote, da ESALQ/USP; Rodrigo Mendes, da Embrapa Meio Ambiente; e Solismar Venzke Filho, da Rotar Crop Production System. Que preferiram palestras durante o Desafio. Estiveram presentes, também, os especialistas das bancas avaliadoras regionais. Murillo Lobo, da Embrapa Arroz e Feijão; Raffaella Rossetto, da Sociedade dos Técnicos Açúcareiros e Alcooleiros do Brasil, do Instituto Agrônomo, e Adailson Feitoza, da Universidade do Estado da Bahia.

Os vencedores foram Maycon Leandro Soares e Patrick Vieira Silva, da Suprema Agronegócios, com o trabalho do café, primeiro colocado. E Tatiani Mayara Galeriani e equipe da Field Science e UNESP, com a pesquisa sobre cana.

“O Desafio iniciou em 2020, trazendo conhecimento acadêmico para a prática, ao agricultor. Construir sistemas mais eficientes e levar aos clientes os benefícios comprovados nos trabalhos. Microbótica não tem uma solução única. A Linha VIGORGEO chega depois de 20 anos da empresa no país. Aumentando o portfólio de biológicos, no microbioma, que é onde atuamos e somos referência. E unir as novas tecnologias ao conhecimento que chega com o Desafio é um pacote ainda mais completo que ofertamos ao Campo”, sintetizou Caio Suppia. Os dois primeiros colocados

vão participar do 5º Simpósio Internacional do tema, na Holanda, de 17 a 21 de junho.

“Nosso DNA é criar tecnologia e compartilhar com os produtores e os nossos parceiros. São 24 anos de atividades, uma ideia fantástica e que recebeu um reforço importante no ano passado com a chegada do Fundo, que vem incrementando o nosso crescimento. Nossa capacidade de produção não para de avançar para atender o agricultor. Crescemos 73% no ano passado e começamos muito bem em 2024. Mudamos nossa área de negócios para atender melhor os nossos clientes, acompanhando o agricultor”, sacramentou Adriano Roland, Diretor Executivo da Microgeo.

Todos os parceiros da Microgeo, revendas, plataformas, distribuidores e cooperativas, já contam com a nova linha Vigor Gel de inoculantes para ofertar a agricultores do Brasil inteiro. **AR**



Caio Suppia, à direita, premia trabalho de Maycon Leandro Soares.

“A Linha VIGORGEO chega depois de 20 anos da empresa no país. Aumentando o portfólio de biológicos, no microbioma, que é onde atuamos e somos referência”.

Caio Suppia,
Diretor de Marketing da Microgeo



Milho com mercado de R\$ 2,8 bilhões em fungicidas

Milho adere aos fungicidas

Produtor buscou sanidade, produtividade e focou em medidas para conter ferrugem, manchas foliares, cercosporiose, antracnose e diplodia

O mercado de fungicidas para milho cresceu mais de quatro vezes da safra 2014 | 2015 para a 2022 | 2023, saltando de R\$ 561 milhões para R\$ 2,8 bilhões. Os dados são dos estudos FarmTrak Milho Verão e FarmTrak Milho Safrinha (Kynetec Brasil). Que ainda mostram que 85% da movimentação total, ou R\$ 2,4 bilhões, correspondem ao plantio em segunda safra. Os 15% restantes, R\$ 412

milhões, são referentes ao cultivo de verão. Diante da safra passada (2021 | 2022), quando os fungicidas movimentaram R\$ 2,25 bilhões, houve aumento de 26% nas transações destes produtos. "Safra após safra, observamos o agricultor mais engajado em controlar doenças que transferem danos potenciais à produtividade, bem como em usar fungicidas com objetivo de obter efeitos fisiológicos diretos à produção", ex-

plicou Gabriel Pedroso, analista de inteligência de mercado da Kynetec. "Esse comportamento tracionou intensidade progressiva na adoção de tratamentos, principalmente na safrinha, frente a desafios como ferrugem das gramíneas, manchas foliares, cercosporiose, antracnose e diplodia", acrescentou.

As chamadas soluções Stroby Mix, entre os subsegmentos de fungici-

das mais utilizados e compostas por estrobilurinas e triazóis, seguem na liderança de vendas. São 55% ou R\$ 1,6 bilhão na safra 2022 | 2023. "O estudo aponta, contudo, para uma alteração no mix de fungicidas. Em oito safras, os produtos premium, em geral à base de carboxamidas, subiram de 6% em participação (R\$ 33 milhões) para 28% (R\$ 793 milhões). Esses insumos estão hoje consolidados no manejo do produtor e foram utilizados em 25% da área cultivada com o grão em 2022 | 2023", atestou Pedroso. Em relação aos demais subsegmentos, ele revela que fungicidas protetores aparecem na pesquisa com 7% das transações (R\$ 206 milhões), seguidos dos benzimidazóis e triazóis, com 4% cada (R\$


203 milhões no total), e outros fungicidas, com 2% ou R\$ 66 milhões.

Aplicações e nível tecnológico - Realizado nas principais regiões produtoras, a pesquisa apurou ainda que a área plantada do cereal foi de 19,8 milhões de hectares no período 2022 | 2023. O milho de segunda safra cobriu 15,6 milhões de hectares, ou 79% do total. Já a safra de verão ocupou 4,2 milhões de hectares (21%). Segundo Pedroso, o FarmTrak Milho 2022-23 respalda avaliações de estudos anteriores da consultoria na área, que registram, na série histórica, avanços expressivos na adesão do produtor aos fungicidas. Ele destaca, por exemplo, que, no milho safrinha, 97%

KYNETEC

- # Líder global em análises e insights de dados agrícolas
- # Especializada em saúde animal, nutrição animal, proteção de cultivos, máquinas agrícolas, sementes-biotecnologia e fertilizantes
- # Possui equipes em 30 países e fornece dados de 80 países
- # Mantém o controle das consultorias Spark Inteligência Estratégica e MQ Solutions

das áreas de plantio receberam pelo menos uma aplicação de fungicidas em 2022 | 2023, contra 85% de oito safras atrás. Já no milho verão, a mesma relação saltou de 34% para 59%. "A intensidade média dos tratamentos cresceu de 1,4 para duas aplicações na segunda safra, e de 1,5 para 1,8 no verão", enfatizou.

"Mesmo frente a uma diferença ainda relevante quanto à adoção de tecnologia, na comparação entre o milho safrinha e o milho verão, nesta o nível de adoção também cresceu. No ciclo 2015 | 2016, por exemplo, as áreas não tratadas por fungicidas no plantio de verão visando a produção de silagem ultrapassaram 90% do total", acrescentou. De acordo com Gabriel Pedroso, a disparidade na adesão aos fungicidas entre uma safra e outra se explica, sobretudo, pelo fato de o produtor privilegiar, na segunda safra, a colheita de grãos, enquanto, no verão, pelo menos 30% da área cultivada são destinados à produção de silagem, na qual emprega-se menos tecnologia, tradicionalmente. "Na safra de verão 2022-23, mais de 65% das áreas cultivadas para silagem não tiveram aplicações de fungicidas", concluiu. 

Traive orchestra 'Pecuária do Futuro' com BB, iRancho e MyCarbon!

Projeto mira crédito, recuperação de pastagens, gestão e novas tecnologia, e promete embalar os negócios da distribuição de insumos agrícolas e veterinários

A Traive, plataforma de gestão digital completa para propiciar crédito e venda de recebíveis no Agronegócio do Brasil, anunciou um programa que pretende modernizar a pecuária brasileira. Fruto de um acordo de cooperação firmado com o Banco do Brasil e outros dois parceiros de inovação, a iRancho e MyCarbon, subsidiária do Minerva Foods. O lançamento foi realizado durante o 36º Show Rural Coopavel, em Cascavel (PR). A iRancho é uma startup brasileira de gestão pecuária. O BB é sócio da empresa em projetos de rastreabilidade. A Traive é uma agtech que usa a tecnologia de inteligência artificial para calcular o perfil de risco de crédito no Agro e atua como correspondente bancária do BB. A MyCarbon é uma subsidiária da Minerva Foods focada em desenvolvi-



Thiago Parente (iRancho), Fernando Gallo (BB), Luis Napo (Traive) e Guilherme Ferraudo (MyCarbon)

mento e comercialização de créditos de carbono.

O modelo foi testado em um projeto piloto em Araguaína (TO) e propiciou crédito rural para recuperação de pastagens, soluções de gestão, rastreabilidade e crédito de carbono. Com crédito do BB para pacotes tecnológicos focados em desenvolvimento e comercialização de créditos de carbono. Iniciativa alinhada com o Programa Nacional de Conversão de Pastagens Degradadas em Sistemas de Produção Agropecuários e Florestais Sustentáveis (PNCPD), cuja finalidade é promover e coordenar políticas públicas destinadas à conversão de pastagens degradadas em sistemas de produção agropecuários e florestais sustentáveis. E ao compromisso anunciado pelo governo brasileiro durante a COP 28, de recuperar pelo

menos 40 milhões de hectares em dez anos. Um levantamento do BB revela que 101 milhões de hectares de pastagens possuem níveis de degradação que variam de moderado a severo, com perdas substanciais de produtividade. Por isso, somente em 2023, foram investidos R\$ 507 milhões para a recuperação de 111 mil hectares.

A atuação da Traive passa pelo fomento de negócios a produtores, que contam com a parceria de distribuidores de revendas de insumos agrícolas e veterinários, que vão abastecer a fazenda pecuária de corte e leite do Brasil com todas as soluções tecnológicas necessárias para esses investimentos. Sanidade, Bem-Estar Animal, nutrição, investimentos em lavouras de forragem de primeira linha, gestão dos recursos, manejos, energias renováveis,



Luis Napo: "O objetivo final é beneficiar o pecuarista"

ajustes ambientais, economia circular, genética, certificações, infraestrutura e logística. Tudo para fornecer aos frigoríficos carcaças de alto rendimento, uniformes, precoces e alinhadas com os anseios dos mercados consumidores. De olho num mercado interno de mais de 200 milhões de consumidores e trade internacional, já que o país é o maior exportador do planeta, tendo embarcado no ano passado mais de dois milhões de toneladas de carne bovina.

"Atuaremos em várias fases da cadeia produtiva. A avaliação dos projetos propostos, os pacotes de gestão e rastreabilidade. O objetivo final é disseminar ações para todos os envolvidos e levar benefícios aos pecuaristas", explicou o Diretor de Risco da Traive, Luis Napo. "O PNCPD tornará a pecuária brasileira ainda mais produtiva e sustentável. Reforçando o protagonismo do Agro Brasil no mercado mundial e atraindo os investidores, principalmente quem suporta a fazenda como agentes de crédito. E a distribuição entra justamente aí. Daremos um salto significativo em direção a um futuro ainda mais sustentável", analisou Jayme Pinto Júnior, Diretor de Agronegócios e Agricultura Familiar do Banco do Brasil.

Participaram do lançamento em Cascavel Fernando Gallo, da Diretoria de Agronegócios do BB Brasília; Thiago Parente, Diretor-Presidente do iRancho, e Guilherme Ferraudo, Manager do MyCarbon. "No fundo, é basicamente um financiamento de pacotes tecnológicos para transformar a propriedade em um negócio rentável e eficiente. Que utiliza software de gestão, brincos, balança, práticas sustentáveis. E que vai ter como consequência a rastreabilidade, utilizando a maravilhosa capilaridade do Banco do Brasil. É a real gestão da pecuária", comentou animado Thiago Parente.

"O mercado de crédito de carbono global vai comercializar um trilhão de euros em 2025. É mais uma chance para desenvolvermos esses créditos, entrar no jogo e agregarmos valor aos nossos produtos, atuando em todas as frentes", analisou Guilherme Ferraudo. "O projeto tem quatro fases, mas tem um desenho simples e é fácil entender como o crédito, a tecnologia, a gestão e a sustentabilidade vão levar a pecuária a usar de forma produtiva os solos brasileiros. Pensando à frente, projetos de carbono são caros, mas quando são planejados resulta num benefício enorme para toda a cadeia", sintetizou Luis Napo. **AR**



Lavoura de Forragem: cena rara em 100 milhões de hectares

Inoculantes do Brasil

Anpii realiza 1º Workshop de Inteligência de Mercado, comemora a comercialização de mais de 141 milhões de doses em 2023, mais da metade por revendas, e debate os desafios para ajudar o Campo Brasil ao lado dos Químicos



1º Workshop de Inteligência de Mercado 2024 da anpii

A Associação Nacional dos Produtores e Importadores de Inoculantes, a ANPII, realizou em Campinas (SP), no fim de fevereiro, o 1º Workshop de Inteligência de Mercado, reunindo quase centena de profissionais e executivos ligados ao setor dos inoculantes e institutos de pesquisa do Brasil. É uma nova jornada da entidade, que deseja fomentar ainda mais os debates internos e a exposição do trabalho tecnológico realizado ao mercado neste ano. E é um mercado que avança e auxilia a eficiência da lavoura nacional nas últimas décadas. A Associação já acumula 26 empresas associadas e aca-

ba de anunciar que o segmento todo comercializou mais de 141 milhões de doses no ano passado. Mais da metade por meio de revendas. Quase R\$ 442 milhões negociados e avanço de quase 17% sobre 2022. Tudo a favor do Agro Biológico e Regenerativo do Brasil, nas diversas culturas agrícolas, principalmente em soja, milho, cana, trigo e feijão.

"Temos vários projetos para este ano, com workshops, intensificação do ensino à distância, participação em eventos, novos parceiros e programas. Tudo para unir ainda mais a cadeia produtiva e comunicar à

sociedade o trabalho de eficiência e tecnologia que fazemos para o Agronegócio brasileiro e mundial", ratificou Larissa Simon, Assessora Executiva da Anpii. O workshop ainda sacramentou uma ideia que derruba vários mitos que envolvem a utilização de soluções biológicas e químicas. "O cenário não é de substituição, mas de adição. Há aumento na utilização de produtos biológicos sem diminuição do uso de fertilizantes químicos. E sem aumento nos custos de produção. Tanto na lavoura como no tratamento de sementes. A questão é que o produtor quer diminuir custos, usar menos



Debates: "A estratégia dos inoculantes precisa ser cada vez mais robusta"

produtos e com a mesma eficiência. É um dos nossos desafios", explicou o consultor José Roberto de Castro, profissional com mais de trinta anos de experiência no segmento.

Os inimigos são vários. As condições climáticas, pragas, nematóides, cigarrinha do milho, complexa variedade de temperatura, chuvas, topografia, microclima, etc. A estratégia precisa ser cada vez mais robusta. "São muitas situações distintas. Que

envolvem substituição, uso combinado, utilização de cada solução de acordo com o benefício ambiental e lucrativo. E a substituição em casos onde há simplesmente o banimento da tecnologia química. "Realmente, não vivemos mais a Era dos Químicos. Afinal, são 15 anos para este setor desenvolver novas moléculas, que até são menos poderosas no controle das pragas. E tudo custa muito dinheiro", reforçou o consultor José Roberto de Castro.

E mais. A batalha biológica atual requer a luta contra o achatamento de preços. Com inúmeras estratégias. "Temos que valorizar a entrega de mais e mais serviços. Assistência, misturas, formulações, etc. Baixar a pressão dos alvos de controle, com complementaridade do manejo recomendado", apontou Lars Schobinger, um especialista em sementes. Mas também comemora bons resultados.



Inoculantes na lavoura

PAINEL MERCADO ANPII 2023

- # 16 empresas respondendo | Mais de 33% do mercado todo
- # 141,1 milhões de doses
- # 14,4 milhões de litros/kg | Crescimento de 15,1%
- # Faturamento: R\$ 441,8 milhões
- # Crescimento geral em 2023: 17%



Inoculantes e químicos exigem utilização complexa e correta

Como o crescimento expressivo na cana de açúcar e as perspectivas das novas tecnologias em sementes, manejo foliar e fitopatológico. “São caminhos que exigirão uma intensificação cada vez maior. Avançar em microbiologia, genética, saber mais sobre bactérias, bacilos, pragas. Além de um trabalho conjunto com as autoridades regulatórias”, citou Anderson Nora, da 5P2R Marketing de Precisão. “E um olhar muito atento para as inúmeras condições de clima, temperatura, chuvas, solos do território brasileiro. Para podermos ser assertivos na ação dos produtos tecnológicos no campo”, acrescentou Carin Lausmann, da Blink Projetos Estratégicos.

E esse campo é positivo. Os inoculantes biológicos crescem acima de 15% ao ano desde 2009. Paraná, São Paulo, Mato Grosso e Goiás são os estados que lideram o uso. “Os insu- mos biológicos vêm ganhando força no campo como alternativas aos insu- mos tradicionais, com várias finalida-

des 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”, explicou Solon Cordeiro de Araújo, diretor executivo da ANPII.

A inoculação de bactérias benéficas é uma técnica que oferece muitas vantagens, já que são empregados

ANPII

- # Fundada em 1990
- # Fomentar a fixação biológica de nitrogênio e a promoção do crescimento vegetal como tecnologias estratégicas para a agricultura sustentável
- # Contribuí para o crescimento dos inoculantes biológicos para a agricultura em vários eixos
- # Representante oficial junto ao MAPA
- # Ajudou na construção de uma legislação moderna e segura, que oferece ao mercado produtos eficientes, inovadores e biotecnologia de ponta
- # Viabiliza estudos ao lado de mais de 60 empresas
- # Marca presença em eventos científicos, feiras agrícolas e espaços de discussão dos rumos da agricultura
- # Mantém programa gratuito de Ensino A Distância | Promoção da tecnologia para Agronomia, Agricultura e Economia do Brasil



Soja, a lavoura campeã no uso de inoculantes

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 levantadas em 2022, mas outros produtos mais novos no mercado como Azospirillum e Pseudomonas já responderam por 38,6% do valor todas das 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. 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”. 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

ORIGEM DOS INOCULANTES BIOLÓGICOS

- # Produção própria nacional: 71%
- # Produção em terceiros nacional: 15%
- # Importação: 14%

ACESSO AO MERCADO DOS INOCULANTES BIOLÓGICOS

- # Revendas: 57%
- # Cooperativas: 21%
- # Venda direta aos produtores: 22%

VALOR DE VENDAS POR CULTURA

- # Soja: 77%
- # Milho: 16%
- # Cana e trigo: 2%
- # Trigo e Feijão: 1%
- # Outras: 2%

ENTREGAS POR VALOR


- # Mato Grosso: 20%
- # Goiás e Paraná: 13%
- # São Paulo: 12%
- # Minas Gerais e Mato Grosso do Sul: 9%
- # Rio Grande do Sul: 7%

SEGMENTAÇÃO POR MICRORGANISMOS - DOSES

- # Bradyrhizobium: 74%
- # Azospirillum: 25%

SEGMENTAÇÃO POR MICRORGANISMOS – VALOR DE VENDAS

- # Bradyrhizobium: 57%
- # Azospirillum: 33%
- # Pseudomonas: 5%

com Azospirillum, após mais de 10 anos de condução de trabalhos científicos, nas mais importantes áreas produtivas da cultura no Brasil”, complementou Solon, apontando para um cenário ainda mais promissor quando se trata do mercado de inoculantes biológicos em gramíneas. 

Nova Lei dos Pesticidas

O que o Brasil ganha ou perde com a nova lei dos pesticidas?

Celso Moretti – Integrante do Conselho Científico Agro Sustentável (CCAS)



Aplicação de defensivos no campo

No final do ano passado o congresso nacional aprovou, após mais de 20 anos de debates, avanços e alguns retrocessos, a Lei nº 14.785, de 27 de dezembro de 2023. O objetivo é dar mais agilidade aos processos de registro, uso, importação e fabricação de pesticidas, assim como ações de pesquisa, desenvolvimento e inovação. Quando a proposta foi apresentada em 1999, pelo então Senador Blairo Maggi, o Brasil produzia 86 milhões de toneladas de grãos em aproximadamente 35 milhões de hectares. Temia-se o “bug do milênio”, carros a bateria estavam estacionados somente debaixo da árvore de Natal de alguns garotos sortudos e Zuckerberg e seus amigos eram estudantes de Harvard que só queriam ter mais chances com as meninas bonitas da universidade.


Um quarto de século depois, a produção de grãos cresceu quase quatro vezes (ultrapassamos a barreira dos 300 milhões de toneladas) enquanto a área aumentou somente 2,3 vezes. Tecnologia na veia. Carros elétricos e híbridos estão nas ruas, drones, sensores e inteligência artificial no campo. E, finalmente, o Brasil tem aprovado uma legislação para pesticidas que, se não é perfeita, traz avanços consideráveis

para um setor que carrega a economia brasileira. O novo dispositivo legal trará maior agilidade na apreciação e aprovação, pelas instâncias responsáveis, de novas moléculas que já estão em uso há anos em nossos concorrentes mais próximos como Argentina e Estados Unidos.

Com a legislação anterior, da década de 80, a demora era de 10, 15 anos para liberar uma nova molécula no mercado brasileiro, o que tirava competitividade de um setor que respondia por quase 27% do PIB nacional e 1/3 dos empregos. Não se trata de mais veneno no prato, como querem fazer crer os ideólogos de plantão e massas de manobra em geral. Ciência, tecnologia e inovação (sempre elas!) são a base do novo dispositivo legal. Com muita pesquisa e desenvolvimento o setor tem hoje à disposição moléculas mais modernas e eficientes, o que reduz a quantidade de ingrediente ativo aplicado por hectare. Isso redundará em controle mais eficiente de pragas e doenças, com menor impacto ambiental e menor risco para a saúde de aplicadores e consumidores.

O uso de pesticidas é apenas uma das armas usadas pelo agro brasileiro para

alimentar milhões de pessoas em todo o mundo. Existe um arsenal de tecnologias para produzir nos trópicos. Junte-se aos pesticidas o manejo integrado de pragas, o controle biológico, a rotação de culturas, o vazio sanitário, a calendarização, a agricultura orgânica e o melhoramento genético vegetal, que entrega plantas mais resistentes a pragas e doenças, e o resultado é uma das agriculturas mais competitivas e sustentáveis do mundo. O agro brasileiro utiliza, em valores relativos (kg de ingrediente ativo por hectare), menos pesticidas que Bélgica, Holanda, Suíça e Itália, segundo dados da FAO/ONU.

O Presidente Lula vetou vários pontos da nova lei, o que coloca em risco o trabalho realizado pelos parlamentares desde 1999. Os vetos presidenciais conseguiram desagradar a praticamente todos os setores: agronegócio, indústria e ambientalistas. No caso do agro, a insatisfação é relacionada com a retirada da centralização dos processos no Ministério da Agricultura, principalmente na reanálise de riscos e mudanças nos pesticidas já registrados. Por outro lado, ambientalistas reclamam que o novo dispositivo legal reduz o tempo de análise, o que justamente trará mais competitividade para o setor. São as jabuticasbas do Brasil. A Frente Parlamentar da Agropecuária (FPA), a mais poderosa do congresso nacional, já sinalizou que poderá derrubar os vetos presidenciais. Tomara. Ganharão o agro, a sociedade brasileira e as centenas de milhões de pessoas em todo o mundo que se alimentam diariamente com o que é produzido aqui. 

Saúde Animal cresce 3% em 2023


Segmento de ruminantes, responsável por mais da metade das vendas das indústrias do setor, impactou negativamente nos resultados

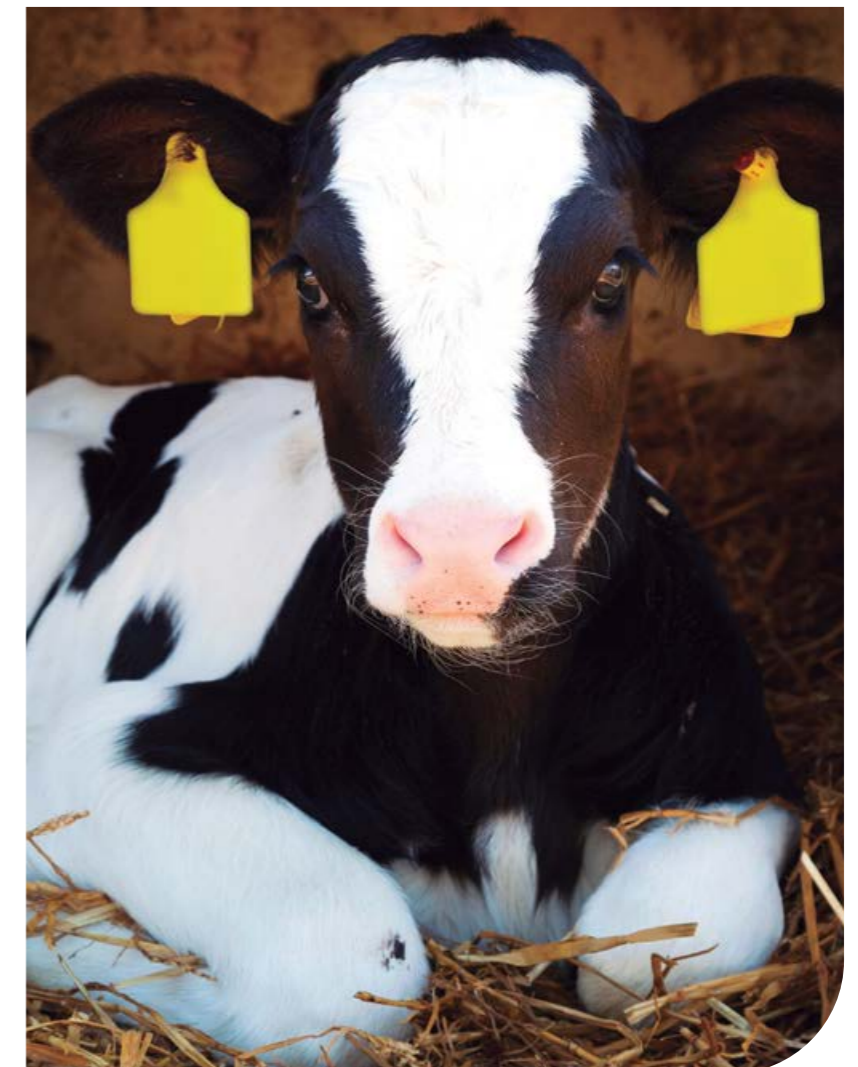
Os dados da Comissão de Informações de Mercado do Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Saúde Animal (Sindan) ainda não são definitivos. Porém já indicam um crescimento ao redor de 3% nas vendas do setor de saúde animal em 2023, o que deve elevar o faturamento total das indústrias para algo entre R\$ 10.5 bilhões e R\$ 11 bilhões. É uma estimativa, já que algumas empresas associadas de capital aberto só poderão reportar os resultados após o fechamento do primeiro trimestre de 2024. Os dados consolidados devem ser divulgados pelo Sindan em maio.

O crescimento aquém do estimado em 2023 pode ser atribuído ao segmento de ruminantes, que responde por mais da metade do mercado de saúde animal no Brasil e passou por grande instabilidade no ano passado devido à elevação dos custos dos insumos para a pecuária, aliado à uma queda brusca no preço da arroba do boi gordo e do leite, que impactou o orçamento dos criadores em todo o Brasil. Tal situação levou a uma elevação de 10% nos abates de fêmeas e um desestímulo ao segmento leiteiro no último ano.

Outro ponto importante foi a retirada da vacinação contra a febre aftosa em diversos estados brasileiros. A perda de receitas com o produto já era prevista pelo Sindan e pelas indústrias fabricantes. O que não se esperava, porém, era que a suspen-

são traria um impacto negativo sobre outros tratamentos realizados geralmente em conjunto com a aftosa, o que vem ocorrendo em diversas regiões do País. Ainda que os problemas no segmento de ruminantes tenham comprometido os resultados do setor, a alta de 3% no faturamento é entendida como normal diante do cenário macroeconômico do Brasil.

“Trata-se de um momento de reacomodação do mercado, após anos de crescimento muito acima da média”, explica Emílio Salani, vice-presidente Executivo do Sindan. Salani explica que o crescimento observado em 2023 foi sustentado especialmente pelos segmentos de aves e suínos, e em menor escala, dos animais de companhia. 



Setor de Ruminantes sofreu bastante em 2023

Nutrição de cinco culturas movimentada R\$ 140 bilhões

Levantamento da Kynetec foi realizado na safra 2022 – 2023 com algodão, cana-de-açúcar, milho safrinha, soja e café

O levantamento FarmkTrak, da Kynetec Brasil, apurou que cinco culturas-âncoras do agronegócio movimentaram na safra 2022 – 2023 mais de R\$ 140 bilhões em produtos para nutrição de plantas. Cultivos de algodão, cana-de-açúcar e milho safrinhapassaram a fazer parte da pesquisa, antes centrada apenas na cafeicultura e sojicultura. Essas tecnologias corresponderam ainda a 34% da movimentação do mercado de insumos (cerca de R\$ 416 bilhões), incluindo defensivos e sementes. A especialista em pesquisas da Kynetec, Raquel Ribeiro, diz que a soja puxou as vendas do setor de nutrição, com 58% do total, R\$ 81 bilhões, enquanto o milho safrinha absorveu o segundo melhor desempenho, com 18% ou R\$ 25 bilhões. Cana-de-açúcar, café e algodão tiveram transações de R\$ 18 bilhões (13%), R\$ 9 bilhões (7%) e R\$ 5 bilhões (4%).



Bioestação da Microgeo instalada em fazenda no interior de São Paulo: biotecnologia em expansão

Raquel enfatiza que, entre as categorias de produtos, a mais relevante do FarmTrak Nutrição foi a de adubação de base - cobertura, equivalente a 84% do mercado (R\$ 117 bilhões). "Trata-se do manejo que concentra a principal fonte de nutrientes dos cultivos. Os volumes utilizados nesta operação são bastante elevados, embora o resultado também esteja relacionado à dependência do Brasil quanto a fertilizantes importados, atrelados a flutuações de preços e taxas de câmbio".

Na vice-liderança, aparece o subsegmento de corretivos, com 8% ou R\$ 11 bilhões, seguido pela adubação

foliar: 4% ou R\$ 5 bilhões, ambos pouco representativos frente ao mer-

KYNETEC

- # Análises e insights de dados agrícolas
- # Especializada em saúde animal, nutrição animal, proteção de cultivos, máquinas agrícolas, sementes-biotecnologia e fertilizantes
- # Possui equipes localizadas em 30 países | Fornece dados de 80 países
- # Kynetec Brasil adquiriu o controle das consultorias Spark Inteligência Estratégica e MQ Solutions



cado total. "Nutrição foliar é utilizada como um complemento ao processo de adubação pelo solo, pois permite corrigir carências nutricionais", salienta a especialista. Já os bioestimulantes ocuparam a quarta posição, com 1% ou R\$ 1,8 bilhão. Outros produtos com menor participação fecham a análise.

Bioestimulantes: adesão progressiva Conforme Raquel Ribeiro, os bioestimulantes são soluções que permitem melhor desenvolvimento dos cultivos e têm se destacado, safra após safra, no mercado de nutrição de plantas. No ciclo 2022- 2023, 63% (R\$ 1,1 bilhão) dos produtos do gênero vendidos no país se destinaram à soja, acompanhada por cana-de-açúcar, 16% (R\$ 285 milhões), milho safrinha, 12% (R\$ 218 milhões), café,

6% (R\$ 107 milhões) e algodão, 3% (R\$ 60 milhões). "Na soja, principal cultura, pelo menos 41% da área receberam tratamentos com bioestimulantes", enfatizou Raquel Ribeiro.

Em milho safrinha, café, cana-de-açúcar e algodão, o mesmo indicador, igualmente relevante no contexto do estudo, atingiu 23%, 30%, 32% e 41%. De acordo com a executiva, produtores aderem progressivamente à bioestimulação, visando a elevar a qualidade da germinação e do metabolismo de plantas, além de melhorar a absorção e a eficiência de nutrientes e mitigar entraves climáticos. "Temperaturas altas e restrições hídricas da safra em andamento (2023- 2024) devem novamente traçar o desempenho dos bioestimulantes", finaliza Raquel Ribeiro. **AR**



IMPORTÂNCIA NO MERCADO – CULTURA E SEGMENTOS

- # Soja: 58% - R\$ 81,5 bilhões
- # Milho safrinha: 18% - R\$ 25,2 bilhões
- # Cana-de-açúcar: 13% - R\$ 18 bilhões
- # Café: 7% - 9 bilhões
- # Algodão: 4% - R\$ 5 bilhões

SEGMENTO

- # Base / Cobertura: 84% - R\$ 117,2 bilhões
- # Corretivos: 8% - R\$ 11 bilhões
- # Nutrição foliar: 4% - R\$ 5 bilhões
- # Bio estimulantes: 1% - R\$ 1,8 bilhão

BIOESTIMULANTE POR CULTURA

- # Soja: 63% - R\$ 1,1 bilhão
- # Cana de Açúcar: 16% - R\$ 285 milhões
- # Milho safrinha: 12% - R\$ 218 milhões
- # Café: 6% - R\$ 107 milhões
- # Algodão: 3% - R\$ 60 milhões



Brasil 2024: empresários otimistas, mas Governo preocupa!

Amcham reúne empresários, divulga e debate a pesquisa que mostra otimismo dos empresários, mas também preocupação com equilíbrio fiscal



A Amcham Brasil, a maior entidade multissetorial do país e a maior Câmara Americana de Comércio fora dos Estados Unidos, reuniu na sede da B3, na capital paulista, 150 CEOs e influentes presidentes de empresas para debater as perspectivas e os desafios econômicos para o país em 2024. Todos debruçados sobre a pesquisa 'Plano de Voo Amcham 2024', que trata de

temas críticos à Economia do Brasil, como o impacto da aprovação da Reforma Tributária, as prioridades da agenda do Governo Federal para este ano e o impacto das eleições americanas no Brasil. Fundada em 1919, a American Chamber of Commerce for Brazil, ou Câmara Americana de Comércio para o Brasil, é uma entidade sem fins lucrativos e apartidária, procura ligar grandes e peque-

nas empresas, ecossistemas e regiões brasileiras. São 3.500 empresas associadas, representam 1/3 do PIB, três milhões de empregos diretos, num trabalho realizado com o aporte de 16 escritórios em 13 estados. "Alcançamos R\$ 30 bilhões de exportações em produtos industrializados aos Estados Unidos e os americanos são hoje o nosso maior parceiro em volume. E a Amcham está aqui para



Paulo Roberto Simão Bijos - Secretário de Orçamento Federal

suportar os planos das empresas instaladas no Brasil. Sem falar que em 2024 comemoramos duzentos anos de relações diplomáticas com os EUA", saudou Marcelo Marangon, Presidente do Citi Brasil e Presidente do Conselho da Amcham Brasil.

Já o CEO da Amcham, Abrão Neto, detalhou os principais pontos da Pesquisa 2024. "Nossos principais desafios são a instabilidade política, o custo da mão de obra, a insegurança jurídica e regulatória, além do desenvolvimento tecnológico e digital. Já as prioridades apontadas pelos executivos são a política econômica, a infraestrutura, o trabalho e emprego, a inovação e tecnologia, e a política industrial", revelou. Abrão ainda relatou o que a iniciativa privada espera do governo atual: equilíbrio fiscal, com 80% das respostas,

AMCHAM BRASIL - AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE FOR BRAZIL

- # Fundada em 1919
- # Câmara Americana de Comércio para o Brasil
- # Entidade sem fins lucrativos e apartidária
- # Tem o objetivo de ligar grandes e pequenas empresas, ecossistemas e regiões brasileiras
- # 3.500 empresas associadas | 1/3 do PIB | 3 milhões de empregos diretos no país
- # Trabalho realizado com 16 escritórios em 13 estados
- # Duas mil ações e atividades por ano, em advocacia, conteúdo e conexão com mais de 180 mil executivos

BRASIL E EUA

- # R\$ 30 bilhões de exportações em produtos industrializados aos EUA
- # 200 anos de relações Diplomáticas

PESQUISA PLANO DE VOO AMCHAM 2024

- # Aplicada de 3 a 18 de janeiro
- # Capta o sentimento das lideranças empresariais sobre temas relevantes da economia e da política para 2024
- # Participação de 775 empresários, de todas as regiões do Brasil e de todos os grandes setores da economia
- # Alta liderança (Presidente, fundador e diretor): 68%
- # Empresas de grande e médio porte: 66%
- # São executivos de grandes e médias empresas, que empregam mais de 600 mil trabalhadores e têm faturamento de R\$ 660 bilhões



regulamentação da reforma tributária (62%), segurança jurídica e a redução da burocracia (62%), além de uma política industrial eficiente e moderna (47%).

As palestras e os debates examinaram temas como 'Brasil e o Contexto Econômico Mundial', 'Investimento estrangeiro no País', 'Perspectiva dos Setores Econômicos' e a 'Agenda econômica do Governo Federal'. Apresentados por profissionais como Mario Mesquita, Economista-chefe do Itaú; Gilson Finkelsztain, CEO da B3; Marcelo Marangon; Tito Andrade, sócio da Machado Meyer; Marco Castro, Sócio-Presidente da PwC Brasil; Alfredo de Goeye, CEO da Sertrading; Andrea Rolim, Ex-Presidente Brasil e VP da América Latina na Kimberly Clark e Conselheira de Administração do Grupo Fleury; Luciana Staciari Batista, Presidente da The Coca-Cola Company no Brasil e Cone Sul, e Paulo Roberto Si-



Amcham 2024. 150 CEOs e influentes presidentes de empresas



Marcelo Marangon: "R\$ 30 bilhões de exportações em produtos industrializados do Brasil aos EUA"

PREVISÃO DE CRESCIMENTO DAS EMPRESAS OUIDAS

- # 41% estimam crescimento acima de 15%
- # 23% estimam de 6% a 10%
- # 17% estimam de 11% a 15%
- # 11% estimam de 1% a 5%
- # 93% acreditam em crescimento nas receitas

PRIORIDADES PARA FOMENTAR NEGÓCIOS

- # Vender mais no mercado interno: 72%
- # Aumentar a capacidade de produção e serviços: 49%
- # Menos custos, mais eficiência: 49%
- # Automação: 37%
- # Inovação: 37%

DESAFIOS PARA O CRESCIMENTO

- # Demanda interna: 44%
- # Instabilidade política: 37%
- # Indisponibilidade e mão de obra: 35%
- # Insegurança jurídica e regulatória: 33%
- # Desenvolvimento tecnológico e transformação digital: 28%

RELEVÂNCIA DA AGENDA AMBIENTAL

- # Muito relevante ou relevante: 51%
- # Neutra: 27%
- # Pouca ou sem relevância: 18%

ÁREAS QUE DEVEM SER PRIORIZADAS PELO GOVERNO BRASILEIRO

- # Política econômica: 79%
- # Infra Estrutura: 54%
- # Trabalho e emprego: 53%
- # Inovação e Tecnologia: 49%
- # Política industrial: 46%

mão Bijos, Secretário de Orçamento Federal. "Nos Estados Unidos, com a perspectiva de vitória do candidato Donald Trump, a sensação captada pelos americanos em pesquisas é de que o país caminha contra si próprio, o sistema estaria sendo quebrado. No Brasil, a avaliação geral não é tão diferente. Vamos ter um ano politicamente bem complicado e instável. Entretanto, no médio prazo, o panorama pode ficar um pouco melhor", avaliou Christopher Garman, Managing Director for the Americas, Eurasia Group.

"A inflação vai diminuir no mundo e as taxas de juros serão cortadas nas principais economias mundiais. O PIB do mundo deve crescer 2,9%, a China 4,7%, a América Latina 1,8% e a zona do Euro 0,5%. Já em 2025, os números melhoram um pouco para todos. As commodities vão permanecer com preços pressionados. O Brasil segue nos dois períodos com crescimento em torno de 1,8%, com desemprego baixo para nossos padrões, por volta de 8%. A inflação segue caindo, a taxa Selic deve encerrar o ciclo em 9% no fim de 2024 e o avanço da renda das famílias e o crédito vai aumentar ainda com mais força. O problema esperado é o do risco fiscal", alertou Mário Mesquita, economista-chefe do Itaú.

Nos debates, ficou claro que o horizonte econômico brasileiro tem vários pontos positivos. Como a atração de investimentos internacionais para as áreas de energia, novas licitações, saneamento, rodovias, entre outras. Porém, é necessário termos mais previsibilidade, regras do jogo claras, gestão proativa de juros e inflação", recomendou Marcelo Marangon. "As questões geopolíticas também precisam de um olhar atento.

Constantemente. São muitas variantes. A disputa entre China e Estados Unidos, o novo comando político na Argentina e o Mercosul, as guerras e os conflitos na Europa e no Oriente Médio", recomendou Tito Andrade, sócio da Machado Meyer.

A onda tão esperada de crescimen-

to robusto não chegou, mas só virá com uma postura exigida dos atores políticos há mais de dois séculos. O mercado financeiro nacional ficou praticamente paralisado de 2008 a 2017. Depois, com altos e baixos, muito instável. A principal lição que devemos aprender é aproveitar o potencial que o Brasil possui. Vários se-

PRIORIDADES DO GOVERNO PARA CRESCIMENTO DA ECONOMIA

- # Equilíbrio fiscal: 80%
- # Regulamentação da Reforma Tributária: 62%
- # Segurança jurídica e redução da burocracia: 62%
- # Política industrial eficiente e moderna: 47%

ELEIÇÕES NOS ESTADOS UNIDOS

- # 71% avaliam como alto ou médio o impacto sobre o Brasil
- # 23% acreditam que o Brasil será pouco ou nada afetado

PRIORIDADES ENTRE BRASIL E OS ESTADOS UNIDOS

- # Comércio e investimentos: 75%
- # Tecnologia e Inovação: 65%
- # Educação e Mão de Obra: 41%
- # Cooperação Política: 38%
- # Energia (incluindo as renováveis): 30%

PRIORIDADES E IMPACTO DA REFORMA TRIBUTÁRIA

- # Política Econômica: 79%
- # Infraestrutura: 54%
- # Empregos: 53%
- # Inovação e Tecnologia: 49%
- # Política Industrial: 46%

IMPACTO DA REFORMA TRIBUTÁRIA SOBRE O CONSUMO

- # 41% esperam impactos muito positivos ou positivos
- # 35% pensam que serão neutros porque não estão claros
- # 21% aguardam impactos negativos ou muito negativos

PRIORIDADES E IMPACTO DA REFORMA TRIBUTÁRIA

- # Política Econômica: 79%
- # Infraestrutura: 54%
- # Empregos: 53%
- # Inovação e Tecnologia: 49%
- # Política Industrial: 46%

EXPECTATIVAS SOBRE O CENÁRIO EXTERNO

- # Disputas geopolíticas e conflitos internacionais: 61%
- # Políticas econômicas das demais economias mundiais: 58%
- # Flutuações no mercado global de commodities: 55%
- # Liquidez internacional e fluxos de investimentos: 33%



tores precisam do financiamento do dinheiro privado para crescer, mas temos que voltar à agenda básica de equilíbrio. O mercado de capitais só avança com reforma tributária, inflação baixa, taxa de juros adequada, economia crescendo sobre bases sólidas. E estamos bem posicionados, podemos ser protagonistas no mercado de capitais, muito diferente

e acima de outros países emergentes”, indicou Gilson Finkelsztain, CEO da B3. “O Governo Federal vem ajustando suas contas, conseguiu aprovar a Reforma Tributária e agora cuida de questões legais modernas sobre orçamento, aplicação de recursos, administração do dinheiro público”, argumentou Paulo Roberto Simão Bijos. “O se-

tor empresarial está confiante no desempenho dos seus negócios em 2024. Esse tom positivo reflete a evolução dos indicadores econômicos ao longo do ano passado e vem acompanhada de uma sinalização inequívoca sobre a importância da responsabilidade fiscal e dos avanços no ambiente de negócios”, concluiu Abrão Neto. **AR**

“Alcançamos R\$ 30 bilhões de exportações em produtos industrializados aos EUA. São 200 anos de relações diplomáticas”.

Marcelo Marangon - Presidente do Citi Brasil e Presidente do Conselho da Amcham Brasil

“Nossos desafios são instabilidade política, custo da mão de obra, insegurança jurídica e regulatória, e desenvolvimento tecnológico e digital”.

Abrão Neto - CEO da Amcham

“O problema esperado no Brasil é o risco fiscal”.

Mário Mesquita - Economista-chefe do Itaú

“Estamos bem posicionados. Podemos ser protagonistas no mercado de capitais. Diferente de outros países emergentes”.

Gilson Finkelsztain - CEO da B3

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



ESG só existe com Ação!

Campinas realiza evento para ratificar que Sustentabilidade é prática e atuação conjunta entre Poder Público, Iniciativa Privada, Academia, Pesquisa e Associações

O Polo de Inovação do Interior Paulista promoveu no fim de fevereiro o evento 'Sustentabilidade em Ação', em parceria com a Capgemini Brasil e importantes players do ecossistema do Agronegócio brasileiro. O encontro teve a participação de executivos da Bayer, Embrapa, Microsoft e agentes de crédito, entre sessenta empresas, com o objetivo de esclarecer dúvidas e debater com as empresas a aplicação das práticas de ESG (excelência em gestão ambiental, social e corporativa) explorando novas iniciativas que gerem benefícios e lucratividade para o setor.

Participaram nomes como Emanuel Queiroz, vice-presidente de Soluções de Nuvem e Sustentabilidade da Capgemini Brasil; Paula Packer, diretora geral da Embrapa Meio Ambiente; Juliana Almeida, vice-presidente de Alianças Estratégicas da Capgemini Brasil; Gustavo Reis, presidente do conselho da Região Metropolitana de Campinas e Prefei-

to de Jaguariúna, e Daniel Pellegrini, CEO do Polo de Inovação, que participou on-line, direto do exterior. Painéis e palestras discutiram casos de sucesso e boas práticas de sustentabilidade aplicadas aos negócios, com foco na contabilidade de carbono e novas aplicações de Inteligência Artificial (IA) Regenerativa para o segmento. Além de financiamento, regulação e novos produtos e projetos. "Precisamos tirar o ESG do vapor e colocá-lo em

prática. Estamos na Região Metropolitana de Campinas, responsável por um Produto Interno Bruto (PIB) de R\$ 210 bilhões, saldo maior do que trinta países do mundo, que tem a maior refinaria do Brasil, o maior centro de transportes do Estado e é a maior arrecadadora de impostos do país, só ficando atrás da capital paulista", radiografou Daniel Pellegrini.

Para ilustrar as iniciativas de IA que já estão sendo aplicadas aos negócios, tanto no Brasil como globalmente, a Capgemini apresentou a assistente virtual Olívia, que demonstra de maneira prática o potencial das novas tecnologias na transformação e evolução da jornada digital de negócios, em todos os setores. "Os temas Business to Planet (B2P) e Revolução Eco-Digital prometem movimentar US\$ 33 trilhões no planeta nos próximos cinco anos. A evolução das práticas de ESG entre as empresas que atuam no agronegócio vai contribuir para que o ecossistema possa avaliar e implementar soluções inovadoras, sustentáveis e rentáveis, baseadas em análises de dados e relatórios confiáveis, para gerar mais investimentos e aumentar a competitividade do setor. A presença de nossa assistente virtual ilustra um caso de aplicação real de IA generativa aos negócios. E todas as nossas ações precisam levar em consideração o impacto que vão ter para todo o planeta. É o B2P. Negócios para o Planeta", resumiu o executivo.

A Diretora Geral da Embrapa Meio Ambiente, Paula Packer, enfatizou que não bastam as ações concretas de boa administração em gestão, preservação e práticas sociais



'Sustentabilidade em Ação'; 60 empresas, Poder Público, Academia e entidades de pesquisa

“ Não é só fazer. É comprovar”.

Paula Packer,
da Embrapa Meio Ambiente

na 'fazenda brasileira'. O Agro Brasil precisa comprovar o que vem fazendo neste sentido. "Existem inúmeras operações no mesmo radar. Certificação, rastreabilidade, selos, parâmetros. O consumidor da sociedade moderna quer comprar um produto agropecuário mais sustentável, mas também oriundo de grupos produtivos que privilegiam famílias, trabalhadores, comunidades, dão emprego, treinam os funcionários", acrescentou.

"A colaboração entre as empresas líderes nesse segmento é fundamental para aumentar a visibilidade dos benefícios das práticas de ESG

no agronegócio e propiciar a implementação de ações concretas para que a nossa sociedade caminhe em direção ao futuro sustentável que desejamos" comentou Juliana Almeida, vice-presidente de Alianças Estratégicas da Capgemini Brasil. "São milhares de ações sustentáveis que compõem uma postura real de ESG. E tenho orgulho de afirmar que fomos pioneiros a implementar várias delas em nosso município. Usar de novo a água da chuva, fazer a inclusão social, incentivar o cooperativismo, o associativismo, ser transparente, ter um compliance", ratificou Gustavo Reis. **AR**



Paula Packer, da Embrapa Meio Ambiente: "Não é só fazer. É comprovar"

Tecnologia e Clima

Nova pesquisa com CEO's do Agronegócio mundial constata confiança nos negócios e fixação pelas mudanças climáticas e tecnológicas

A 27ª edição da tradicional pesquisa anual Global CEO Survey, da PwC, ouviu neste ano mais de 4,7 mil executivos do Agronegócio, em mais de 100 países, incluindo o Brasil, e levantou que as mudanças climáticas e tecnológicas serão as duas megatendências globais como fatores de mudança para criação, entrega e captura de valor para os próximos anos. As mudanças tecnológicas foram indicadas por 69% dos CEOs como agentes muito ou extremamente importantes para o setor até 2027. Já 71% dos líderes apontam as mudanças climáticas como principal exposição e ameaça para seus negócios nos próximos 12 meses.

Além disso, 71% dos CEOs do Agronegócio brasileiro também demonstram expectativa com o crescimento do uso da Inteligência Artificial Generativa, aumentando a eficiência de trabalho nos próximos 12 meses. Para 69%, os bons resultados no trabalho dos funcionários também devem crescer. "A pesquisa atesta a inteligência artificial e as mudanças climáticas do-



Maurício Moraes - Sócio da PwC Brasil e Líder para o Agribusiness

minando a agenda do setor e elas vão permanecer assim em um futuro próximo", opina Maurício Moraes, sócio da PwC Brasil e líder para o setor de Agribusiness. A atenção a essas realidades dialoga com o fato de quase um terço dos CEOs do setor (31%) acreditarem que seus negócios não serão economicamente viáveis por mais de 10 anos, em comparação com 23% no ano passado, mantido o rumo atual de suas empresas.

Ainda assim, a inserção da IA generativa é discreta no agro. Apenas 23% dos CEOs do setor afirmam que a tecnologia foi adotada em toda empresa nos últimos 12 meses (enquanto a média no Brasil e no mundo é de 32% entre todos os setores). No mesmo período, apenas 11% dos que responderam declararam ter mudado a estratégia do próprio negócio por causa da IA generativa. Quando questionados se ela vai melhorar a qualidade dos produtos ou serviços das empresas em que trabalham nos próximos 12 meses, 54% dos

CEOs do agronegócio brasileiro acreditam que sim (abaixo dos 64% dos brasileiros de outros setores e 58% do recorte global). Quando a questão foi se a IA generativa aumentará a capacidade da empresa de criar confiança com os integrantes da cadeia produtiva, apenas 34% dos líderes do agro responderam afirmativamente (50% no Brasil e 48% no mundo). Os CEOs do agronegócio demonstram uma preocupação destacada em relação aos riscos da IA generativa, acima da média brasileira. O principal temor é com a cibersegurança, citada por 80% (74% entre os executivos brasileiros de outros setores e 64% no recorte global). A divulgação de desinformação vem em segundo lugar, com 63%, no mesmo patamar que a média no país.

MUDANÇAS CLIMÁTICAS

As mudanças climáticas já aparecem, nos últimos cinco anos, como um fator significativo de mudança para criação de valor no agro. 60% dos CEOs do setor na pesquisa responderam

"muito" ou "extremamente" para esse impacto no período. Na projeção para os próximos três anos, este fator ganha mais importância e sobe para 71%.

"O entendimento sobre a urgência do clima não chega a ser novidade entre as lideranças do agro no Brasil, mesmo assim é uma tendência em alta. A questão climática e avanços tecnológicos, com destaque para a IA generativa, preveem alterações associadas nas preferências dos consumidores, e devem ser os propulsores da reinvenção entre as empresas do setor", avalia Maurício Moraes. O aumento expressivo na percepção dos CEOs do agronegócio sobre a exposição às mudanças climáticas contrasta com o registrado na média brasileira (que caiu de 17%, em 2023, para 16%, em 2024) e no recorte global (queda de 12%, em 2023, para 14%, em 2024). Dos CEOs do setor, 89% têm esforços em andamento ou já concluídos para melhorar a eficiência energética e inovar em produtos e serviços com baixo impacto climático.

DESAFIO DA REINVENÇÃO

No agronegócio brasileiro, o ambiente regulatório é apontado como o principal inibidor da reinvenção e foi apontado como um desafio por 66% dos CEOs. O percentual é um pouco acima da média brasileira, onde 62% dos líderes indicaram questões regulatórias como entraves para seus negócios. Outro ponto indicado como entrave foi a instabilidade na cadeia de abastecimento, preocupação de 63% dos líderes, enquanto a média de outros setores do país é de 46%. Neste ano, a Global CEO Survey traz um otimismo entre os líderes do agronegócio no Brasil sobre o crescimento no país. 69% dos líderes do setor acreditam na aceleração da economia interna. Quanto à média global, este percentual é de 40%. Em relação à expectativa de ge-



LÍDERES DO SETOR OUVIDOS EM MAIS DE 100 PAÍSES

- # 69% creem na tecnologia
- # 71% acreditam nas mudanças climáticas como vetor de mudança na criação, entrega e captura de valor nas empresas
- # 80% entendem que a IA generativa é ameaça relacionada à segurança inteligente
- # 89% têm esforços em andamento ou concluídos para melhorar a eficiência energética dos negócios

LÍDERES BRASIL

- # 69% estão confiantes no crescimento econômico do Brasil em 2024
- # 31% temem que seus negócios não sejam viáveis em 10 anos se não houver reinvenção nos modelos de negócios
- # Apenas 16% percebem a exposição das empresas às mudanças climáticas (queda de 1% sobre 2023)
- # Metade dos ouvidos acredita que a IA generativa aumentará a capacidade das empresas criarem confiança da cadeia produtiva (mais do que no mundo)

PWC

- # Network de firmas presente em 151 países
- # Atua no Brasil há mais de 100 anos
- # Dedicar-se à prestação de serviços de qualidade em auditoria e asseguração, consultoria tributária e societária, consultoria de negócios e assessoria em transações

ração de receitas das próprias empresas nos próximos 12 meses no setor, que era de crescimento para 78% no ano passado, caiu para 35% neste ano. Enquanto para os próximos três anos o percentual sobe para 57%. Em 2023 esse percentual era de 70%.

CRESCIMENTO EM OUTROS MERCADOS


Em relação aos mercados considerados mais relevantes para o crescimento, a indústria de agronegócio no Brasil segue a tendência de todas as

indústrias no país: Estados Unidos aparece no topo da lista, com 49% (nos demais setores do Brasil, o país representa 44%). A China está em segundo lugar nos dois recortes, mas é ampla a importância maior dada pelos líderes de agronegócio. 43% indicaram o país asiático, enquanto a média dos demais setores do Brasil foi de 23%. Outra particularidade é que a Índia não aparece no Top 5 brasileiro geral, mas ficou em terceiro lugar entre os países indicados pelos líderes do agronegócio, com 14%.



Distribuição Brasil 2024!

A mostra das revendas de insumos agropecuários da Plataforma AgroRevenda avança e mostra cada vez mais atores dessa importante cadeia produtiva.

A Plataforma AgroRevenda segue aprimorando o levantamento próprio que faz dos maiores nomes da distribuição de insumos agrícolas e pecuários 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 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 'Aceros 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 ESTRELA

Fundação: 1987
Sede: Guarapuava (PR)
Gerente Executivo: Thiago Pfann

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

AGRO DINÂMICA COMÉRCIO E REPRESENTAÇÕES LTDA

Fundada em 1999
Sede: Maracaju (MS)
Diretor: Dulcimar Cofferi – 'Gauchinho'
10 unidades

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

AGROKafa

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: Sérgio Aparecido André e José Carlos André
Duas filiais
Gerente: Eduardo Varotto André

AGROMETA

Fundada em 1994
Sede: Passo Fundo (RS)
Unidades em Marau e Tapejara
Atividades comerciais envolvendo defensivos, fertilizantes, corretivos de solo, agricultura de precisão, consultoria, assistência, sementes, soluções tecnológicas e de manejo

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

AGROPECUÁRIA LEME

Sede: Porangaba (SP)
Iniciou há mais de 50 anos
5 mil produtos no portfólio
CEO: Lelis Leme

AGROPECUÁRIA NOVA PORANGABA

Sede: Porangaba (SP)
Iniciou em 2002
Sócios: Paulo e Lílina Vieira

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 AGRÍCOLA | BUNGE

Fundada em 2002
2017: início da parceria com Bunge Alimentos S/A
Sede: Primavera do Leste (MT)
26 unidades

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, hf'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: Guaira (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
Três Unidades de Negócios

CASA DAS RAÇÕES VACARIA (CRV)

Sede: Vacaria
38 anos em atividade
Fundadores: Cláudio 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)
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 CAMPO

Fundação: 2003
Sede: Manhuçu (MG)
Fundadores: Márcio Lopes da Silva e Ubiratan Vasconcelos
Cinco lojas
Diretor Executivo: Artur Vasconcelos Barros

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 Bracciali e Adriana Zuliani Biella Bracciali

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

CULTIVAR AGRÍCOLA

Fundada em 2011
Sede: Marco (CE)
Consolidação do Grupo Cultivar | 14 unidades em três estados
Fundadores: Rodrigo Pontes e Reginaldo Crisóstomo

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

DEKRA

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 Iguaçu (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: Giovani 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)
25 anos em atividade
10 unidades

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

JK AGRO

Fundada em 1991
Fundadores: Carlos Mayer e Alberto Borges
Novos sócios: Everton Blum e Rodrigo Vassoler
Sede: Silvânia (GO)

LAVORO | PÁTRIA

Sede: São Paulo (SP)
CEO: Ruy Cunha
193 lojas
Abrande as bandeiras: Grupo Pitangueiras, Integra, Agrovinci, Agrovale, Cultivar Agrícola, América Insumos Agrícolas Ltda., Impacto Insumos, Agro Zap, Produtiva, GP Prodeutec, 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

MOCCELLIN COMÉRCIO DE INSUMOS AGRÍCOLAS

Sede: Sinop (MT)
Atuando desde 1990
10 unidades atendendo mais de 30 municípios

NATIVA AGRÍCOLA

Sede: Formosa (GO)
Fundada há 17 anos
Oito sócios proprietários
10 unidades de negócios

NATIVA AGRONEGÓCIOS - GRUPO SUMITOMO CORPORATION - AGRO AMAZÔNIA

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

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)
Seis 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 Parecis (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

72 lojas

Abrange as bandeiras:

Atua Agro, Dipagro, Agrojangada

e Agrocerrado

SOMA AGRÍCOLA

Sede: Catalão (GO)

Atua há 20 anos no sudeste goiano

3 unidades

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 | ZOOTEC 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 Wilson 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

3TENTOS

Fundada em 1995

Sede: Santa Bárbara do Sul (RS)

Fundadores: João Osório e Clélia Luiza Dumoncel

CEO: Luiz Osório Dumoncel

53 unidades

28 anos de atividades

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 Hangui e Pedro Luis

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

VIA AGRÍCOLA

Sede: Uberaba (MG)

Fundada em 2003

Possui duas filiais

Ricardo Haerte: Diretor Administrativo Financeiro

VILELA, VILELA E CIA LTDA

Sede: Cornélio Procopio

Fundadores: Antônio, Paulo e João Vilela

Jair Machado integrou à sociedade em 1994

20 unidades, entre silos e lojas

38 anos de atividades

VIA FÉRTIL PRODUTOS AGROPECUÁRIOS

Iniciou atividades em 2004

Sócio Fundadores: Paulo César Favaro Motta, Luiz

Rogério Botaro e Emersom Valdir Ferreira

Sede: Tangará da Serra (MT)

7 unidades

VIA RURAL DISTRIBUIDORA

Sede: Goiânia (GO)

Fundada em 2017

Duas filiais

CEO: Celso Santana



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: cbcagronegocios.com.br

SUPER CAMPO

Sede: Curitiba (PR)
120 mil produtos disponíveis e mais de 500 lojistas parceiros
Criado por cooperativas de São Paulo, Santa Catarina, do Paraná e Rio Grande do Sul
Site: supercampo.com

VILLA VERDE AGRO

Sede: Ribeirão Preto (SP)
Fundada em 2014
Site: villaverdeagro.com.br



OPERADORES LOGÍSTICOS

ASTUTILOG

Sede: 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 Jundiaí (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
- # PATRIA
- # PATRIA & 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

A Distribuição na cidade!

As revendas ocupam espaços mesmo em regiões metropolitanas do Brasil



Fachada da Revenda "É o Bicho", em frente ao Centro do Trabalhador

O relevo das cidades próximas à Campinas, segunda Região Metropolitana do Estado de São Paulo, diz muito sobre as características urbanas e rurais da economia das localidades. A proximidade com a capital, o clima ameno, as instalações de empresas

de porte e a dimensão dos municípios atraem gente para habitar os incontáveis condomínios que surgem a cada instante. Já a roça é sede de empreendimentos em propriedades pequenas, atividades como o plantio de frutas, legumes e folhas. Em Valinhos, lugar de aproximadamente

130 mil moradores, é assim. A 'Capital do Figo Roxo' também produz goiaba, é terra do compositor Adoniran Barbosa e da estrada de ferro que embalou a riqueza dos antigos cafezais paulistas. A população respira ar puro e uma qualidade de vida ímpar no país.

São no mínimo doze espaços, lojas de estilo espalhadas pela cidade inteira. Na beira da estrada, no centro, no estacionamento do supermercado. Ofertando inseticidas, produtos e equipamentos para jardinagem e piscinas, pescaria, rações para peixes, cães, gatos, pássaros, coelhos, aves, roedores. E mais aquários, iscas, churrasqueiras, ferramentas. O forte de todo ponto comercial agro é o segmento de animais de companhia. "É o que mais sai, certamente. O número de condomínios da região fez saltar bastante o número de pets", reconhece Rosynthe Trinetta, gerente de uma das cinco unidades da Agro Snoop.

O Tanakão Pet Shop também vem crescendo, mas optou por abrir unidades na vizinha Vinhedo, de características semelhantes a Valinhos. "Adoro trabalhar aqui. O pessoal me conhece, aprendo muito, sei de praticamente todos os gostos dos clientes", comenta sorridente Josane Costa, na operação do caixa, cinco

anos trabalhando na loja valinhense. Na saída para a Rodovia D. Pedro, fica a tradicional 'É o bicho Agropecuária e petshop', na frente do Centro de Lazer do Trabalhador. Na parte central, chama a atenção o requinte da Casa das Rações, fundada em 1966 por Luiz Basetto, a primeira a vender na cidade ração para cães fabricada no Brasil, por volta de 1978. O ponto é lindo, colorido e possui um aquário de carpas e um viveiro de roedores. Do lado de fora,

Na promoção de vendas, todas usam o recurso que mais convém,



de acordo com as datas e os locais de aglomeração. Festas regionais, promoção de descontos e produtos, feiras de pequenos animais para adoção. O que importa é 'atender o freguês'.



Revista AgroRevenda na rota da Distribuição em Valinhos

AGRO SNOOP

Diretor: Reginaldo Rosa
5 lojas
Sete anos de atividades
Mais de cinco mil produtos

TANAKÃO PET SHOP

Diretor: Wilson Tanaka
20 anos de atividades
4 unidades

CASA DAS RAÇÕES

Fundada em 1966
Fundador: Luiz Basetto
Diretor: Daniel Basetto

É O BICHO AGROPECUÁRIA E PETSHOP

15 anos de atividades

Boa Safra constrói Centro de Distribuição em MT

Empresa escolheu Campo Novo do Parecis pela posição estratégica no Estado que é líder na produção de grãos



Área escolhida para nova unidade da Boa Safra tem 50 mil metros quadrados: estrutura e logística.

Empresa líder de produção de sementes no Brasil, a Boa Safra (SOJA3) iniciou a construção de um novo Centro de Distribuição em Campo Novo do Parecis, Mato Grosso. As obras começaram no dia 1º de abril. A região é estratégica para o agronegócio brasileiro, já que o Mato Grosso lidera a produção de grãos no país e o recebimento de sementes pelos produtores no tempo correto para o plantio é fundamental para uma safra de sucesso.

O CD cada vez mais perto do agricultor possibilita a retirada mais

próximo ao plantio, assegurando o acondicionamento em local adequado e evitando a perda de qualidade", explica Glaube Caldas, diretor de Operações da Boa Safra. A Equipe de engenharia da Boa Safra estima a entrada em operação em 31 de agosto de 2024, permitindo o atendimento de uma área de mais de 2 milhões de hectares.

A iniciativa faz parte do plano de expansão da Companhia anunciado durante seu processo de IPO em abril de 2021. Com a nova estrutura, a Boa Safra espera melhorar ainda

mais a jornada do cliente, assegurando qualidade e segurança nas entregas. No local, poderão ser estocadas até 13,3 mil big bags em 6 mil m² de câmaras frias, adequadas ao armazenamento de grãos. Ao todo, serão 9.375 m² de área construída.

O terreno em Campo Novo do Parecis possui 50.000 m² e está localizado na Rodovia MT-235, no KM 12. A escolha do município foi estratégica para atender o Mato Grosso como um todo, posicionando a Boa Safra com CDs em todas as regiões do estado. **AR**



inpev



Cumprir a lei conserva o futuro e combate o crime ambiental.

DEVOLVA A EMBALAGEM VAZIA DE DEFENSIVO NO LOCAL CERTO



agendamento.inpev.org.br

Acompanhe as nossas mídias sociais



DVA retorna ao mercado com a marca Agroallianz

O grupo alemão DVA interrompeu em 2015, por questões comerciais, seus negócios ao Brasil. Mas em 2021, retornou ao cenário nacional com soluções de especialidades, tecnologia para fertilizantes e adjuvantes. Recentemente, focada em bioestimulantes fabricados na Espanha, investiu na fábrica no Brasil, somando um portfólio completo para todas as culturas.

Agora, vencido o período de contrato em que a DVA não poderia atuar com agroquímicos em território nacional, o grupo retorna ao segmento e coloca no mercado uma nova marca, a Agroallianz, destinada a atender o agricultor brasileiro. A empresa chega com 22 produtos para venda, entre fungicidas, inseticidas e herbicidas, além do portfólio de especialidades já desenvolvido pela DVA.

Desde 2017 uma equipe de profissionais iniciou o trabalho de registros e pesquisa em cropprotection. Paralelo a isso, conforme explica Fernando Fernandes, diretor geral da Agroallianz S.A., a companhia entendeu que o mercado de especialidades também era uma demanda importante e com um crescimento muito rápido no Brasil. "Frente a isso, ao longo dessa jornada, o Grupo DVA investiu mais de US\$80 milhões para ofertar ao mercado a linha especialidades, distribuídos em INCENTIA - bioestimulantes e fertilizantes, ADYUVIA - adjuvantes e ESENCYS - biológicos, além dos protocolos de registros de agroquímicos", detalha.

A retomada no segmento é estratégica, segundo o executivo, já que o mercado de defensivos é significativo e bem consolidado no país.



Fernando Fernandes, Diretor Geral da Agroallianz: retomada estratégica

"Entendemos que o produtor já sabe como usar essas ferramentas e já tem a compra programada. Vamos propor além destas tecnologias já conhecidas por ele, novas soluções com diferenciais para poder dar velocidade à linha das especialidades que já estávamos trabalhando", ressalta.

A estimativa da Agroallianz no mercado brasileiro é chegar a 44 produtos no pipeline até 2028, e em cinco anos pretende faturar aqui perto de US\$100 milhões. "Em 2023, foram US\$8 milhões somente com o segmento de especialidades, que é recente também. Contudo, para 2025, a expectativa com os agroquímicos é de saltarmos para US\$25 milhões. Ou seja, três vezes mais a cada ano", revela Fernandes.



Fábrica do Grupo DVA em Indaiatuba (SP): empresa está de volta ao mercado de agroquímicos

Lindsay compra 49,99% da Pessi

Empresas haviam anunciado, em maio de 2023, a criação de uma parceria estratégica. Negociação deve estar concluída no segundo semestre

A multinacional norte-americana Lindsay, com sede em Omaha, Nebraska, fabricante e distribuidora global de equipamentos e tecnologia de irrigação, anunciou a compra de 49,99% da Pessi Instruments GmbH, da Áustria, com opção de adquirir o restante da empresa posteriormente. A Pessi é líder mundial de soluções de tecnologia agrícola avançada sob a marca Metos® e oferece ferramentas de hardware e software IoT para tomada de decisões pelos produtores, incluindo dados meteorológicos.



Gustavo Oberto, Presidente de Irrigação Global da Lindsay, e Gottfried Pessi, CEO da Pessi Instruments GmbH

A Lindsay tem forte atuação no Brasil, onde tem sua sede para a América Latina em Campinas (SP) e fábrica em Mogi Mirim (SP) e é representada pelas marcas Zimatic™ e FieldNET™. Com a integração das informações fornecidas pela Pessi com a FieldNET, plataforma de gerenciamento de irrigação, somado aos dados do solo e das plantas, o produtor terá uma gestão da operação muito mais eficiente e assertiva. Além disso, passa a ter o uso racional da água, além da economia de energia, evitando desperdício de insumos, como os fertilizantes e os defensivos.

O anúncio da aquisição foi feito menos de um ano depois de as duas empresas terem celebrado uma parceria estratégica, divulgada em maio de 2023. A intenção dos dois grupos foi alavancar a experiência combinada de ambas as empresas e expandir o aumento de

valor para seus produtos. A Pessi possui mais de 80 mil dispositivos conectados de coleta de dados em campo em todo o mundo, com 50 mil clientes ativos usando sua interface online FieldClimate.

Juntamente com a plataforma FieldNETAdvisor™ da Lindsay, que sintetiza milhões de pontos de dados para fazer recomendações personalizadas aos produtores para aplicação de água precisa e eficiente, Metos® e FieldNET® fornecem uma solução de ponta, que abre a porta para futuras inovações revolucionárias na utilização de inteligência artificial na agricultura. Tudo isso, baseado na validação de dados mensuráveis, precisos e instantâneos. "A Lindsay continua comprometida em fornecer soluções de nível mundial para agricultores de todo o mundo, ao mesmo tempo em que oferece um valor incrível para nossos acionistas", dis-

se Randy Wood, presidente e CEO da multinacional americana.

Gottfried Pessi, CEO e fundador da Pessi, destacou que "no último ano, obtivemos a oportunidade de se conectar com agricultores de todo o mundo e demonstrar como eles podem aproveitar o potencial combinado das soluções de hardware e software agtech da Lindsay". O feedback, segundo ele, tem sido fantástico e os resultados falam por si. "Estamos entusiasmados com o potencial que este investimento oferece, a inovação que ele facilitará e a oportunidade de expansão e integração adicional com a Lindsay, um líder comprovado em agtech", endossou.

A expectativa dos dois grupos é de que a transação seja concluída no segundo semestre do ano fiscal de 2024, incluindo aprovações regulatórias.



No Congresso Brasileiro de Direito do Agronegócio - IBDA



Com Arnaldo Carlos Wald, advogado.



Com Ênio Campoi.



Com José Ângelo Mazzillo, Assessor da CNA.



Com Roberto Rodrigues e Renato Buranello.



Com Marcelo Pimenta e Renato Leite, do Grupo Publicque.



Guilherme Bastos, Coordenador da FGV Agro.



Carlão, Marcos Jank e Guilherme Bastos



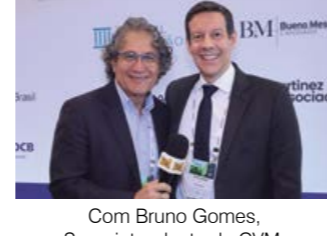
Com Caio Carvalho, Presidente da ABAG.



Com Sérgio Bortolozzo, Presidente da SRB.



Com Luiz Eduardo Filizzola D'Urso, advogado e Assessor da Secretaria da Agricultura de SP



Com Bruno Gomes, Superintendente da CVM.



Com Francisco Godoy, advogado.



Com Guilherme Campos, Superintendente do MAPA em São Paulo.

Em São Paulo, SP



Ulisses Riba com Rodrigo de Miranda, Diretor da Plant Health Care Brasil, a PHC Brasil.



Na sede do AgroGalaxy com Axel Labourt, Eron Martins e Renato Leite.

Na Secretaria de Agricultura do Estado de São Paulo



Com Luzita Camargo e seu marido Airton.



Entre Sérgio Bortolozzo e Cris Moraes.



Com o Coordenador da CATI.



Com Guilherme Piai, Secretário de Agricultura de SP.



Com Carmen Peres, produtora rural.



Com Delair Bolis, Presidente da MSD.

Na Coplacampo 2024



Com Sérgio Almeida e Augusto Silvestre, da PHC.



Com Flavio Castellari, do APLA.



Com os Parolina.



Com Augusto Silvestre e Rodrigo de Miranda.



Com Rodrigo de Miranda.



Alex Madureira, Deputado Estadual.



Com Marcos Farhat, Diretor Administrativo da Coplacana.



Com Guilherme Piai, Secretário de Agricultura do Estado de São Paulo.



Com Ricardo Salles, Deputado Federal.



Com Helio Donizete Zanatta, Deputado Estadual.



Lucas Bove, Deputado Estadual.



Com Com Flavio Castellari, do APLA, e Thais Vieira, Diretora da ESALQ/USP



Com Felício Ramuth, Vice-governador do Estado de São Paulo.



Com Eivaldo Del Grande, Presidente da OCESP



Com Arnaldo Bortoletto, Presidente da Coplacana.



Com Luciano Almeida, Prefeito de Piracicaba, SP.



Com Bárbara Copetti, a mulher do desenvolvimento de mercado da Ourofino Agrocência.



Com a turma da Adama.

Na ExpoDireto Cotrijal - Não-Me-Toque, RS



Mark Ringkob, Vice-Presidente Comercial da Mosaic.



Com Vladimir Chaga, Presidente da Brandt do Brasil.



Anderson Siqueira (Grupo Publique), Carlos Dornelles, Gerente de Supply Chain da Agross, e Uisses Riba (Grupo Publique).



Com Eduardo Monteiro da Mosaic.



Equipe GP com César e Rick Brandt, Presidente Global da Brandt.



Nei Mânica, Presidente da Cotrijal, em entrevista para o Fala Carlião.



Com Sofia Tobos Melnokoff, Gerente de Marketing da OCP.



Com Luís Arruda, Diretor Comercial da Mosaic.



Bruno de Aguiar, Diretor Comercial da Bioagreen e Ulisses Riba.



Com Carolina Rossato, da Semeato.



Enio Schroeder, Vice-presidente da Cotrijal e Ulisses Riba.



Com Miguel Paludo, o mega Campeão Brasileiro de Fórmula Porsche.



Com Duda e os amigos da Pitangueira, Eduardo e Clarissa Lopes Peixoto.



Com Vivian, Secretária da Presidência da Cotrijal.

Na ExpoDireto Cotrijal - Não-Me-Toque, RS



Com Rogério Nunes, da Mosaic, e Anderson Siqueira, do GP.



Com Nei Mânica, Presidente da Cotrijal.



Com o César, da Biotrop, e Anderson Siqueira, do GP.



Com Dr. Elmar Luiz Floss, professor e pesquisador.



Com Nadège Saad, Head do e-agro do Bradesco.



Carlos Eduardo Pimentel Leite, Diretor Geral da BrasDiesel.



Com Chico, Diretor de Marketing da ICL, e Anderson Siqueira, do GP.



João Benetti, Diretor Comercial da Yara.



Com André Pozza, Diretor de Marketing da Syngenta, e Anderson.



Com Alfredo Kober, Presidente da ICL.



Carlos e Anderson Siqueira no Estande da Mosaic Fertilizantes.



Com Alexandre Alves, Diretor da Mosaic Biosciences.



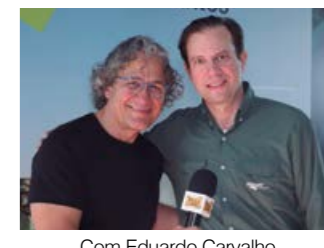
Com Marcelo Magalhães, Diretor Regional do Bradesco.



Com Eduardo Monteiro no estande da Mosaic Fertilizantes.



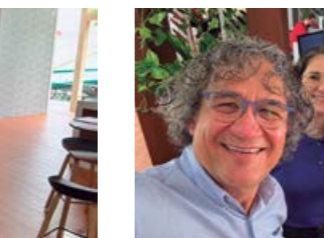
Equipe GP marcando presença.



Com Eduardo Carvalho, Gerente de Mercado e Estratégia da Mosaic Fertilizantes.



Com Fernanda Melchior, do Bradesco.



Carlião e time e-agro.



Com Ithamar Prada, Vice-presidente da ICL.



Com Evandro Carlos Binsfeld, Diretor Comercial da ICL.



Com Victor Scotton, Vice-Presidente Comercial B2C - Growing Solutions ICL.



Com Márcio Tortorelli, Diretor Comercial da ICL.



Com Marcelo Magalhães, Diretor Regional do Bradesco.

Na ExpoDireto Cotrijal - Não-Me-Toque, RS



Com Carlos Leibowicz, Diretor do Bradesco.



Com Andrei Pires de Almeida, da Bradesco Seguros.



Com Henrique Borges e Mariana Mânica.



Com Giovani Feltes, Secretário de Agricultura do Rio Grande do Sul.



Com o Deputado, Ernani Polo.



Com Marcos Tescarolo, o dinâmico Diretor Executivo do Bradesco.



Com Roberto França, Diretor de Agronegócios do Bradesco.



Com José Ramos Rocha Neto, Vice-presidente do Bradesco.



Com Henrique Fernandes, Diretor da Organização Bradesco.



Com a turma do Bradesco.



Com Carlos Henrique Jacintho Andrade, o empresário, e Roberto França, Diretor de Agronegócio do Bradesco.



Com Carlos Alberto Baptista, o experiente executivo do agro.



Com Paulo Herrmann, consultor.



Com Nadege Saad, Head do e-agro do Bradesco.



Com Taty Lucas e Fernanda Belchior, do Marketing Agro do Bradesco.



Com Margard Schuster da Costa, Victor Bichuette, e o Márcio Renato Ribeiro, do Bradesco.



Em vista ao estande da Semeato, recebidos pela Vice-Presidente da Companhia, Carol Rossato e seus filhos Lucas, Bruno e Marcos.



Com Marcela Loyarte, Gerente de CRM da Mosaic Fertilizantes.



Com Miguel Paludo, piloto de Fórmula Porsche.



Com Rick Brandt, Presidente Global da Brandt.



Com Samuel Bortolin, Gerente de Marketing da Mosaic.



Eduardo Madruga, Gerente Regional da dsm-firmenich e Ulisses Riba (Grupo Publico).



Show Rural Coopavel - Cascavel, PR



Anderson Siqueira, do Grupo Publico.



Com Walmor Fonseca Roim, Gerente de Desenvolvimento de Mercado e Produtos da ADAMA no Paraguai.



Com Fernando Souza, Gerente de Marketing da Vitales, do Grupo UbyAgro.



Entre Rogério Rangel, Diretor de Marketing, e Carlos Alberto Baptista, Diretor Comercial da Biotrop.



Com Carlos Alberto Baptista, o experiente executivo do agro.



Com Eduardo Madruga, Gerente Regional da dsm-firmenich.



André Savino, Presidente da Syngenta.



Com o Ministro da Agricultura, Carlos Fávoro.



Com Roberto Perosa, Secretário de Comércio e Relações Internacionais do Ministério da Agricultura do Brasil



Com Ney Dias, Diretor-presidente na Bradesco Auto/RE.



Com Alfredo Lan, Presidente da C-Vale.



Com Júlio Paixão, Diretor Departamental de Empréstimos e Financiamentos do Bradesco.

Na Reunião de Março na ASBRAM - SP



Ulisses Riba com Elizabeth Chagas, Vice-presidente Executiva da ASBRAM.



Ulisses Riba com Felipe Cauê Serigati, professor da FGV/SP



Com Juez Gavinho.



Ulisses Riba com o escritor e pesquisador, Evaristo de Miranda.



Fernando Penteadinho Cardoso Neto e Kleber de Paulo (KDP).



Fernando Penteadinho Cardoso Neto, Presidente da ASBRAM e Cristiano Botelho, Diretor da ASBIA.

Ribeirão Preto, SP



Anderson Siqueira, do Grupo Publico com Juliana Vaz, Coordenadora de Marketing da Harven Agribusiness School.

Na Posse do Novo Conselho Diretor da ANDAV - Brasília, DF



Novo Conselho Diretor da ANDAV - Biênio 2024/2025.



Com o Senador Zequinha Marinho.



Maurício Quintella, COO da Traive.



Com José Hara, Presidente do Conselho Diretor da ANDAV.



Com César de Oliveira, da Cultura Agromais.



Com Ailton Rodrigues, Presidente e CEO - AgroContar.



Com Carlos Barbosa, da Aliare, Rafael Barsch e Aldo Maia, da AgroQuima.



Com Luiz Fernando Lia, da Agro Kanadá e Luiz Hildebrando, do Grupo Lavroterra.



Com Marcelo Batistela, Vice-Presidente da Divisão Agro da Basf.



Antonio Henrique Lima, Diretor da Adagro.



Com o Deputado Federal Pedro Lupion, Presidente da Frente Parlamentar Agropecuária.



Marcelo Okamura, Presidente do inpEV.



Com Priscila Favaretto, Gerente de Desenvolvimento da Adagro.



Oswaldo Abud, da AgriRede.



Com Carlos Barbosa, CEO da Aliare.



César de Oliveira, da Cultura Agromais.



Cobertura especial da "Cerimônia de Posse do Conselho Diretor da ANDAV - Biênio 2024/2025.

Na Posse do Novo Conselho Diretor da ANDAV - Brasília, DF



Novo Conselho Diretor da ANDAV - Biênio 2024/2025.



Samanta Pineda, Pedro Lupion e Paulo Tibúrcio.



Com Marcos de Vasconcelos, Diretor de Marketing da Nordeste Atacado.



Com Roni Ferrarin, do Grupo Ferrarin.



Com Vivian Lima, da Zest.



Em discurso, Alceu Moreira, Deputado Federal.



Alceu Moreira, Deputado Federal.



Paulo Tibúrcio, José Hara e amigos.



Com Rodrigo Barbeti, Presidente e CEO da BLB.



Deputado Federal Pedro Lupion, Presidente da Frente Parlamentar Agropecuária.



José Hara, Presidente do Conselho Diretor da ANDAV.



Com Rafael Barsch, CEO da AgroQuima.



Ulisses Riba com o jornalista Odacil, do Canal do Boi.



Com Roberto Motta, Presidente e CEO da AgroAmazônia.



Com Ulisses Riba e Tatyane Isa, do GP.



Alberto Yoshida, ex-presidente do Conselho da ANDAV.



Com Paulo Tibúrcio, Presidente Executivo da ANDAV.



Com Roberto Motta, Presidente e CEO da AgroAmazônia, e Marcelo Okamura, Presidente da ImpEV.

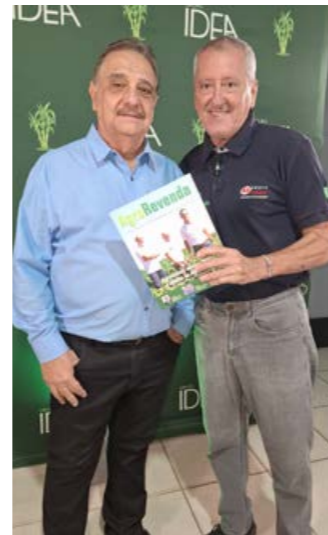
No Encontro de Confinadores da SCOT Consultoria - Ribeirão Preto, SP



Equipe dsm-firmenich Tortuga no Encontro de Confinamento e Recriadores da Scot Consultoria.



Anderson Siqueira, João Marchesan, Presidente do Agrishow, e Ulisses Riba.



Ulisses Riba com Dib Nunes, CEO do Grupo IDEA.



Ulisses Riba com o Presidente de Honra da Agrishow, Maurílio Biagi.



Ulisses Riba com Orlando Melo de Castro, Vice-Secretário de Agricultura e abastecimento de SP.



Ulisses Riba com Pedro Estevão, da ABIMAQ.



Tiago Acedo, Gerente de Ruminantes, Inovação e Ciência aplicada Latam da dsm-firmenich.



Rogério Goulart, da Carta Pecuária.



Equipe Publique com Letícia Jacintho, Presidente da Associação De Olho no Material Escolar.



Ulisses Riba com Alcides Torres e Ingrid, da SCOT Consultoria.



Guilherme Leis, Sabrina Coneglian (Mosaic Fertilizantes) e Anderson (Grupo Publique).



Equipe Publique com Tirsó Meirelles, Presidente do Sistema FAESP - SENAR.



Ulisses Riba com Duarte Nogueira, Prefeito de Ribeirão Preto (SP).



Ulisses Riba e João Victor Yamaguchi, da dsm-firmenich.



Time Publique com Jaqueline Casale e Leticia Menezes, do Marketing da empresa.



Ulisses Riba com André Perrone, do Confinamento Monte Alegre.

Na Reunião de Abril na ASBRAM - São Paulo, SP



Carlão da Publique, Mauricio Palma Nogueira e Murilo Trevisan.



Carlão, Pablo Lopes da Eko, Daniela Furlani da FlowAgri e Túlio Ramalho da dsm-firmenich.



Com a Kaoana Leal, Diretora Executiva do Schem Group, associado ASBRAM.



Com Chico da Trouw e Mateus da Mosaic.



Com Felipe Cauê Serigati, professor de economia da FGV/SP.



Com Guilherme Leal, da Mosaic Fertilizantes.



Com João e Juliano Sabella, da ASBRAM.



Com Lidson Guimarães, Diretor da Elanco.



Com Mauricio Palma Nogueira.



Tatiane Isa, Rainer Knoop, Mauricio Palma Nogueira, Elizabeth Chagas e Murilo Trevisan.



Leonardo Flores, da MultiTecnica.



Juliano Sabella, Carlão, Daniela Furlani e Douglas Scheunemann, da Eko.

o que vem na próxima **AgroRevenda** **AR104**

Circulação: 26 de Junho 2024

Cobertura total das grandes feiras do Agro

O Grupo Publique estará, como sempre, presente nos grandes eventos do Agronegócio brasileiro nos próximos meses. As plataformas do Grupo, em especial a AgroRevenda, vão percorrer nos próximos dois meses cinco estados para fazer a cobertura das grandes feiras realizadas no país. São elas: ExpoZebu, em Uberaba (MG); Agrishow, em Ribeirão Preto (SP); Agrotins, em Palmas (TO); AgroBrasília, em Brasília (DF); e Bahia Farma Show, em Luís Eduardo Magalhães (BA). Se tem grande evento, tem cobertura do Grupo Publique!

Participe da próxima edição da Revista AgroRevenda. Confira o Mídia Kit da Plataforma Agrorevenda pelo QR-Code ao lado.



Safra de Inverno!

O Agro Total precisa da energia produtiva dos cultivos do meio do ano.



Ciclo Pecuário

Recomeça a valorização da cria e as revendas planejam o atendimento aos pecuaristas no segundo semestre.



Especial Solo

As pesquisas e os novos conhecimentos sobre Genética e Funcionabilidade dos microrganismos da terra.



FRÍSLIA CENTENÁRIA

A Frísia, cooperativa sediada em Carambeí, no Paraná, está em contagem regressiva para a comemoração dos seus 100 anos de fundação. Colonos holandeses criaram a cooperativa em 1925 e hoje ela é a segunda mais antiga do país.

COOPS AJUSTAM ROTAS

OCB avalia as perspectivas do ano de 2024 para as cooperativas brasileiras, em especial as ligadas ao agronegócio. Organizações se ajustam ao novo cenário do setor, marcado por queda de produção e commodities com preços deprimidos.



De olho nos pets

O mês de junho é dedicado às doenças oculares nos animais em geral e em pets de modo particular. Tutor deve estar muito atento aos animais, para tratar o quanto antes doenças como glaucoma, catarata e conjuntivite, entre outras.

Não é bem assim

Os cuidados com os pets estão sujeitos, como de resto praticamente tudo na vida, a um conjunto de crenças que de tão repetidas ganham ares de verdade. Mas não são bem assim. Confira 10 dessas “certezas” que são desmistificadas. Ou não.

Traive: a Inteligência Artificial que atua como sua assistente pessoal na jornada de análise de crédito, do pedido à aprovação final


■ Você conduz, ela:

- Faz **busca de documentos** e os mantém atualizados
- Incorpora a sua política de crédito e fornece **aprovações automáticas**
- Reduz incertezas e **promove a liquidez**
- **Analisa milhares de dados** em segundos
- Elabora **insights valiosos** para relatórios

Ela faz o trabalho exaustivo, você **aprimora e valida**

Acesse o QR code ao lado e compare o custo de sua análise de crédito atual com a da Traive e veja quanto você economizaria

 traivefinance.com

 +55 (11) 3031-8118

Siga-nos em:

 **in** @traivebrasil

