

# AgroRevenda

A Plataforma de Conteúdo da Distribuição Agro

+ 1 cd



## A ascensão da AgRoss não para

- 230.000 m<sup>3</sup> de armazenagem
- 2.300 Revendas/Clientes



**Entrevista com Eng. Agrônomo responsável Eurico Neves**  
AgRoss lança 2ª edição do seu Guia Prático Revenda Legal, sobre legislação de defensivos com ênfase em armazenamento. Com a colaboração da ANDAV.



**Inauguração de Anápolis Atenderá Goiás e Tocantins**



**Entrevista com Eng. Agrônomo responsável Richardson Santos**  
AgRoss investe forte em Biológicos e Nutrição e abre uma nova divisão



Contrate crédito  
rural e concorra  
a tratores 0 km.

Sua chance  
de ganhar!



SAIBA COMO  
PARTICIPAR

Entre nós,  
você vem primeiro.





Fone Fácil Bradesco: 4002.0022/0800.570.0022. SAC – Alo Bradesco: 0800.704.8383. SAC – Deficiência Auditiva ou de Fala: 0800.722.0099. Ouvidoria: 0800.727.9933. Promoção válida de 15/7/22 a 30/6/23. Consulte as condições de participação e o regulamento completo em [banco.bradesco/promocaoagro](http://banco.bradesco/promocaoagro). Certificado de Autorização SEAE/ME nº 04.020934/2022.



**bradesco**



<b>entrevista</b> .....	<b>8</b>	<b>fertilizantes</b> .....	<b>113</b>
Felipe Cauê Serigatti, FGV Agro		Fertilizantes 2022	
<b>capa</b> .....	<b>16</b>	<b>parceria</b> .....	<b>116</b>
AgRoss em Anápolis		Clube Agro Brasil e Agrofy ampliam vitrine do varejo agro	
<b>business</b> .....	<b>44</b>	<b>sementes</b> .....	<b>118</b>
Agrofy promove evento para o Agrodigital		Safra de verão: escolha da semente deve ser rigorosa	
<b>espaço Syngenta</b> .....	<b>50</b>	<b>prateleira</b> .....	<b>121</b>
Syngenta lança Synap		Albaugh lança herbicida Exemplo® LV	
<b>Falando de Bichos</b> .....	<b>55</b>	<b>Embrapa</b> .....	<b>122</b>
Tudo de Pet. Tudo de Bom.		Embrapa 50 Anos	
<b>markestrat   distribuição</b> .....	<b>62</b>	<b>espaço ABAG</b> .....	<b>124</b>
Nova safra recorde e o papel da Distribuição		ABAG 30 anos!	
<b>markestrat   profissional de vendas</b> .....	<b>64</b>	<b>tecnologia</b> .....	<b>127</b>
Profissionais qualificados!		Prospecção digital pode ser a chave do sucesso no Agro	
<b>AgroCooperativas</b> .....	<b>67</b>	<b>emprego</b> .....	<b>128</b>
Coops crescem em ano difícil		Emprego Agro Brasil 2019 - 2022	
<b>negócios</b> .....	<b>83</b>	<b>pecuária</b> .....	<b>131</b>
Viter e Morro Verde ampliam parceria		Fala Carlão ao lado da Confraria Carcaça da Carne	
<b>Dia de Campo Carpa</b> .....	<b>84</b>	<b>esg</b> .....	<b>132</b>
Dia de Campo Carpa apresenta pecuária de superação total		Score Agro Serasa Experian	
<b>eventos</b> .....	<b>86</b>	<b>Grupo Publique</b> .....	<b>134</b>
AgroBrasília reúne mais de 560 expositores		Publique 2060 comunica o Agro World!	
<b>barter</b> .....	<b>97</b>	<b>por onde andamos</b> .....	<b>138</b>
Barter para cafeicultores		Eventos e encontros do Agronegócio Brasileiro	
<b>Agrishow</b> .....	<b>98</b>	<b>o que vem na próxima AgroRevenda...</b>	<b>146</b>
O Show Tecnológico do Agro Brasil!		AgriConnection, a força que conecta quem produz e quem consome	
<b>agroperfil</b> .....	<b>110</b>		
O Novo Agricultor do Brasil!			



GRUPO  
PUBLIQUE

PRESENÇA TOTAL NO AGRO

# CONHEÇA TODOS OS NOSSOS PRODUTOS E SERVIÇOS

**PUBLIQUEAGÊNCIA**  
PROPAGANDA & MARKETING  
A AGÊNCIA DO AGRONEGÓCIO

**publique.com**

**PRODUTOS / SERVIÇOS**

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

**FALA CARLÃO**  
A PLATELEIRA DE CENA DO AGRONEGÓCIO

**@falacarlaao\_oficial**

**PRODUTOS / SERVIÇOS**

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

**AR**  
**AgroRevenda**  
A Plataforma de Conteúdo de Distribuição Agro

**agrovevenda.com.br**

**PRODUTOS / SERVIÇOS**

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

**Agri**  
**CoopE ativas**  
O melhor das Cooperativas Brasileiras

**agrocooperativas.com.br**

**PRODUTOS / SERVIÇOS**

Canal AgroCoopEativas  
Comunidade Instagram  
Comunidade Facebook  
Encarte Rev. AgroRevenda

**FALANDO de Bichos**  
TUDO DE PET. TUDO DE BOM.

**@falandodebichos\_oficial**

**PRODUTOS / SERVIÇOS**

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

**RECALCULANDO**  
SAÚDE E FELICIDADE

**@carlaodapublicue**

**PRODUTOS / SERVIÇOS**

Canal Recalculando  
Comunidade Instagram  
Comunidade Facebook  
Palestras

**Turista Profissional**  
**.com.br**

**@carlaodapublicue**

**PRODUTOS / SERVIÇOS**

Site  
Canal Turista Profissional  
Comunidade Instagram  
Comunidade Facebook  
Palestras

WWW.  
**grupopublicue**  
.com.br



JULIO CESAR PEREIRA DA SILVA / PUBLIQUE BANCO DE IMAGENS

Olá!

É o Agronegócio caminhando cada vez mais com as próprias pernas.

Sem parar de investir em novas tecnologias.

Cavucando margem sem parar.

Enfrentando preços baixos com hedge e travas.

Protegendo o meio ambiente como nunca.

A ordem é 'esquecer' do Governo Federal.

A fazenda brasileira fez história com planejamento e sem ajuda, enfrentando recessão, confisco, hiperinflação, invasão de terras e insegurança jurídica.

O Agro quer viver é no mercado.

Onde vence quem tem competência.

Essa força é o que a edição da sua **Revista AgroRevenda** quer estampar.

Boa leitura!

**Riba Velasco**  
EDITOR

## AgroRevenda

A Plataforma de Informação do Setor

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

**EDITOR: Riba Velasco** | MTb 2.368

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

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

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

**Mylene Abud**  
mylene@publique.com  
(11) 9.9595.3213

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

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

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

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

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

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

**Patrícia Opik**  
patricia@publique.com  
(11) 9.9624.3377

**Vinicius Godoy**  
vinicius@publique.com  
(16) 9.9782.1612

**Viviane Romão**  
viviane@publique.com  
(11) 9.4521.4027

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

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

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

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

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

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

**Fany Michel**  
fany@publique.com  
(34) 9.9811.0335

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

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

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

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

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

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

**FOTOS SEÇÃO POR ONDE ANDAMOS: Publique Banco de Imagens**

**IMPRESSÃO: Gráfica Maistype**

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

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

[www.agorevenda.com.br](http://www.agorevenda.com.br)



**PRESIDENTE E FUNDADOR: Carlos Alberto da Silva**

[www.publique.com](http://www.publique.com)



## Descubra o potencial máximo da sua lavoura com Sungard, Calfétil e Calcário Itaú.

Os produtos da Viter aumentam a produtividade e auxiliam na proteção da plantação, atendendo diversas fases do plantio.



**Renovação:** o Calcário ITAÚ corrige o pH do solo enquanto o nutre em profundidade.



**Fertilização:** Calfétil corrige o solo rapidamente e o nutre com cálcio (Ca) e Magnésio (Mg).



**Proteção:** Sungard protege folhas e frutos de altas temperaturas e reduz a perda de produtividade.

Saiba mais:



[viteragro.com.br](http://viteragro.com.br)



## Felippe Cauê Serigatti, FGV Agro

“A sociedade precisa reconhecer o valor do agro brasileiro”

“E aí, senhores, tudo bem?”. A saudação feita na voz firme, clara, pausada e serena é marca registrada na abertura das apresentações realizadas por este paulistano da gema, que cresceu em Diadema (SP), no Grande ABC paulista, e hoje é apaixonado em enxergar nas grandes cidades e populações parte do sucesso alcançado em áreas rurais espalhadas por 8,5 milhões de quilômetros quadrados do território brasileiro. O jovem Felippe Cauê Serigatti pensava em ser advogado. Acabou professor, pesquisador e um fanático por unir Acade-

mia, Iniciativa Privada e Poder Público em nome de dados, informações e projetos para alavancar ainda mais um dos quatro maiores agronegócios do planeta. E espalhar benefícios a toda nossa sociedade. “Fiz inscrição no vestibular para o curso de Direito em duas universidades. Na mesma época, eu assistia a um programa jornalístico sobre Economia para ficar bem informado e passei a gostar do tema. Resolvi prestar Ciências Econômicas na Unicamp e passei”, lembra com calma patológica e um permanente e grande sorriso no rosto.

Viveu e graduou-se na vizinha Campinas, de 2001 a 2005. Voltou à capital paulista, onde morou durante cinco anos e concluiu mestrado em Economia de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas. Em seguida, seguiu para Berkeley, para um doutorado de dois anos na Universidade da Califórnia. Na volta, mergulhou fundo na vida profissional. Foi assessor econômico na Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo. Tornou-se professor da Escola de Economia de São Paulo, da Fundação Getúlio Vargas (FGV - EESP), Coordenador do Mestra-

do Profissional em Agronegócio (MPA-gro), da FGV EESP, e pesquisador do Centro de Agronegócios da FGV (FGV Agro). Um convite feito pela Revista Agroanalysis levou o frenético Felipe a escrever e pensar a macroeconomia da agricultura 'verde amarela'. Pronto. Estava definitivamente selada a paixão do paulistano do ABC em explicar e interligar o Agro Brasil ao Brasil Urbano. "O segmento ainda é um caderno à parte em vários sentidos. Sempre faltou a ponte do setor com o restante da economia", aponta.

Mas, se depender desse Cientista Econômico de corpo esguio e quase dois metros de altura, essa lacuna está com os dias contados. Felipe não titubeia em caçar parcerias com agentes do agro, privados, públicos e institucionais. Para saber mais e mais. Obter e trocar dados, ilustrar e entender como o organismo da cadeia produtiva de tudo o que sai do campo impacta as estruturas econômicas. Até um futuro de reconhecimento e conquista. "Mostramos ao mundo que o modelo de produzir biomassa, alimentos e fibras sem sobrecarregar o meio ambiente é o que foi conquistado pelo Agro Brasil. E que a sociedade reconheça o valor e a qualidade do universo agro brasileiro". Senhores, esse cientista econômico é obstinado. Acompanhem.

**AgroRevenda** - Por que cursar Ciências Econômicas?

**Felipe Cauê Serigatti** - Na virada do século, eu estudava para o vestibular. Para ficar bem informado, acompanhava o programa 'Conversa Afiada', na TV Cultura, apresentado pelo jornalista Paulo Henrique Amorim. Eu assistia ao pessoal discutindo economia e passei a gostar. Mas já havia feito minha inscrição na Fuvest (Fundação Universitária para o Vestibular) e Unesp (Universidade Estadual Paulista Júlio de

“ O Agro perdeu prestígio com a mudança de governo. O Ministério da Agricultura e Pecuária foi desmembrado e perdeu a Pesca, o Desenvolvimento Agrário e a Conab. Tudo vai seguir, mas com uma convergência menor.”

Mesquita Filho) para o curso de Direito. Só sobrou a alternativa de Ciências Econômicas em Campinas. Fiz essa opção, passei e deu tudo certo.

**AgroRevenda** - Hoje, como enxerga a sucessão de problemas vividos pela Economia do Brasil da década de 1970 até 1994, com recessão, juros altos, dívida externa, confisco de dinheiro, vários planos fracassados?

**Felipe Cauê Serigatti** - Foi um longo período de aprendizado. Nos anos 1980, o problema da dívida externa combinada com uma hiperinflação. Tentamos controlar os preços, congelar outros, soltar salários e a coisa não se equilibrou. Fizemos os Planos Cruzado (1986), Bresser (1987), Verão (1989), Collor 1 (1990), Collor 2 (1991). Não foi por falta de tentativa. Então, o cenário externo ficou mais confortável, os países emergentes conseguiram refinanciar as

dívidas e encontramos uma fórmula de controlar a inflação com uma moeda fictícia, a URV (Unidade Real de Valor). Sem loucuras e feriados bancários. Demos prazo para o mercado reorganizar-se, precificar de novo, refazer os seus contratos. A moeda foi trocada, mas a inflação não caiu tão fácil e foi necessário deixar juros elevados e ainda usar a âncora cambial. Diversos setores sofreram, como a indústria brasileira, pressionada pela concorrência dos produtos importados. Mas doamos a inflação.

**AgroRevenda** - Conseguimos, assim, mudar para melhor o patamar de nossa Economia?

**Felipe Cauê Serigatti** - Foi uma mudança importante de agenda. Passamos a ter um Estado mais focado em pontos específicos, que passou a cuidar da parte social, dos primeiros programas

de transferência de renda, da instituição do SUS (Sistema Único de Saúde). Sem falar que o Estado passou a ter um controle mais indireto na Economia e os dois grandes símbolos foram os programas de privatização e a criação das agências regulatórias.

**AgroRevenda** - A partir dessa época maluca da economia, em 1973, com o galope dos preços internacionais do petróleo, iniciou um avanço surpreendente do agronegócio nacional. Como isso foi possível?

**Felippe Cauê Serigatti** - Houve um conjunto de políticas públicas que deu muito certo nesses anos todos. O início da grande turbulência econômica mundial, nos anos 1970 e 1980, coincidiu com os primeiros projetos para reverter a situação do Brasil importar alimentos básicos, como arroz, feijão e milho. Com o envio de jovens formados para o exterior, a fim de aprender, aplicar a ciência de produção agrícola no Cerrado e desenvolver aqui a Agricultura Tropical. Na batuta do ex-ministro Alysso Paulinelli. E essa jornada prosseguiu, trabalhando pelo aumento da produtividade, mesmo com a quebra dos países emergentes, na grande crise da dívida externa, e nossas tentativas frustradas de combater a inflação com planos mirabolantes. E o avanço significativo chegou em dois momentos. A estabilidade alcançada com o Plano Real. E a entrada da China na Organização Mundial do Comércio (OMC), que detonou o boom de commodity e promoveu um ótimo período de crescimento para a nossa economia como um todo.

**AgroRevenda** - Nesta época, o Presidente do Brasil era o mesmo de hoje. Como você acha que ele vai lidar com o Agro neste novo mandato?

**Felippe Cauê Serigatti** - Minha leitura é que o setor perdeu prestígio com a mudança de governo. A ex-Ministra Tereza

Cristina tinha o comando de diversas agendas. Porém, o MAPA (Ministério da Agricultura e Pecuária) foi desmembrado neste ano. Perdeu a Pesca (Ministério da Pesca e Aquicultura), o Desenvolvimento Agrário (Ministério da Reforma e do Desenvolvimento Agrário) e a Conab (Companhia Nacional de Abastecimento), grande Conab. Ok, tudo vai seguir, mas com uma convergência menor. A conjuntura estava muito mais favorável ao Agro no início dos anos 2.000. Mas é importante salientar que não foi o segmento do agro e nem o governo que criou o boom das commodity. O que importa é que, quando o vento soprou mais forte em nome dos produtores agrícolas, nosso agro estava com o barquinho preparado e organizado para navegar em altíssima velocidade. Logo, é bom o setor agro ter isso em mente e seguir em frente, trabalhando.

**AgroRevenda** - Qual o tamanho ideal da presença do Estado Brasileiro na economia?

**Felippe Cauê Serigatti** - O de ser um regulador. A liderança do processo produtivo pelo Governo não faz mais sentido hoje em dia. Penso que caminharemos melhor se combinarmos a musculatura do estado com a realidade da economia. Ser um atrativo de capital privado para as áreas que o governo identificar como importantes para a população. E tragam resultados a longo prazo muito relevantes. Como as áreas de Educação e de creches, para formarmos bem as nossas novas gerações. Os tempos mudaram. Por exemplo, já erguemos parques industriais fantásticos há cinquenta anos graças ao dinheiro público. Hoje não faz mais sentido. Atualmente, o saneamento básico é um belo exemplo de serviço fundamental que pode ser tocado por empresas privadas por incentivo de legislação e postura governamental. É assim que o Estado deve dialogar com o restante da economia.

**AgroRevenda** - Você estudou e morou nos EUA. O país ainda é uma potência?

**Felippe Cauê Serigatti** - O período que vivi lá não foi um bom parâmetro para definir. Aquela sociedade ainda estava digerindo os efeitos da crise de 2008, com gente morando nas ruas, muito desemprego e violência. Nada comparável com o que convivemos aqui, no nosso país, nas ruas das grandes cidades. Porém, era uma realidade diferente para eles. Tanto que eles olhavam o Brasil de forma muito otimista naquela época porque ainda estávamos nos beneficiando da riqueza econômica gerada pelas commodity.

**AgroRevenda** - E hoje, eles ainda são os maiores?

**Felippe Cauê Serigatti** - Os EUA não são mais a superpotência hegemônica inquestionável que já foi, mas ainda permanecem fortes. Entretanto, convivendo com outras nações no tabuleiro. Principalmente a China. Hoje, assuntos da Ásia são resolvidos pelos asiáticos. Não mais pelo Ocidente. E há questionamentos dentro da ONU (Organização das Nações Unidas), como a Índia desmerecendo a França como integrante do Conselho de Segurança por não ser mais uma nação preponderante. Olhe, são demandas legítimas, de atores, Estados que procuram ocupar novos espaços. E quem está lá fica resistindo. Faz parte do jogo, nenhuma novidade. Porém, desde o início da guerra entre Rússia e Ucrânia, os Estados Unidos recuperaram força no mínimo como grande força do Ocidente. A União Europeia pede ajuda e os americanos aceitam porque têm o mesmo adversário pela frente.

**AgroRevenda** - O que o GV Agro faz atualmente para contribuir com o segmento?

**Felippe Cauê Serigatti** - Temos algumas agendas centrais. A que estou direta-

mente mais ligado é o de olhar e ler o agronegócio como um setor econômico, embrenhado dentro da Indústria e do setor de Serviços. Até mesmo quando olhamos os grandes veículos de imprensa, o agro ainda é um caderno à parte. Porque sempre faltou a ponte do setor com o restante da economia. Nem mesmo a academia produzia esse tipo de conhecimento. Uma fragilidade que vem desde o início dos anos 2000. E eu não percebia, mesmo tendo passado aqui pela Graduação, pelo Mestrado e Doutorado. Só tomei conhecimento dessa Literatura quando fui a Berkeley, no Departamento Agrícola deles. Na volta ao Brasil, conversei com o Pinazza (Editor da Revista Agroanalysis) e fui convidado a escrever na publicação. Assim, nasceu a coluna mensal de Macroeconomia na Agricultura, que deu origem à agenda de pesquisa dentro do GV Agro, que tocamos até hoje.

**AgroRevenda** - Como é a estrutura atual?

**Felipe Cauê Serigatti** - A equipe é pequena. São três pesquisadores fixos, sendo eu um deles. Mas temos apoio de outros estudiosos, que se envolvem com as agendas de Agricultura de Baixo Carbono e Observatório de Bioeconomia, que são fixas no GV Agro. Ainda tem o intercâmbio de outros pesquisadores e, além disso, muito bacana dentro do setor, a contribuição de gente de outros centros. De universidades, mas também entidades de classe que possuem dados interessantes, úteis, gente que conhece os temas e quer atuar junto, em parceria. Em intensidades distintas. Por exemplo, aqui, na ASBRAM, a Beth (Vice-Presidente Executiva da ASBRAM) me chamou para eu fazer apresentações regulares nas reuniões dos associados. Eu pedi para ter acesso aos dados da Associação. Ela foi rápida, aceitou e ainda propôs que eu organizasse o banco de dados. Assim, reformulamos o painel de estatísticas da ASBRAM.

“ Produtor agrícola não é uma situação, é uma profissão. Demanda estudo, treinamento, técnica. Não é qualquer um que consegue realizar.”

**AgroRevenda** - E porque foi positivo para você e o GV Agro?

**Felipe Cauê Serigatti** - Porque foi uma iniciativa concreta de intercâmbio de conhecimento dentro do setor. Isso é curioso porque comparado com outros setores, pelo menos no Brasil, não vejo esse fluxo de informação e de troca de pesquisadores e relatórios como a gente vê dentro do universo agro. Logicamente, há divergências entre as cadeias, mas o que prepondera é muita interação, como não existe em outras áreas do país.

**AgroRevenda** - E o que mais vem te surpreendendo nas estatísticas ASBRAM? Que, agora, também traz dados da suplementação mineral na Pecuária de Leite, além dos dados tradicionais da pecuária de Corte?

**Felipe Cauê Serigatti** - Sou um privilegiado de participar desse processo. Tenho aprendido muito sobre o mercado de suplementação mineral e a pecuária como um todo. Além da ponte importante de expandir entre as universidades, a academia e o setor produtivo. Temos lá o conjunto de técnicas e conhecimento que, às vezes, fica preso nas prateleiras das bibliotecas. E temos que transferir isso ao setor privado, que possui proble-

mas e dados, e anseia por ferramentas para usar a favor da produção. E temos visto a criação dessa ponte. Também dialogar com outras variáveis, como, por exemplo, o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Foi um dos motivos da mudança do Painel da Asbram. Começamos com volume de venda de suplementos, fomos criando outras métricas e variáveis, amarrando com abates e outros índices da pecuária. E agora, num esforço bacana das empresas da Associação, temos as estatísticas desagregadas, quanto vai para a Pecuária de Corte e para a Pecuária Leiteira. Não é do dia para a noite. A própria acomodação das estatísticas leva um tempo até conseguir produzir um número cuja leitura seja confortável e faça sentido ao setor. É um processo. E mais do que isso. A série histórica não surge. Ela é construída. É uma questão de tempo.

**AgroRevenda** - A pecuária, o boi e a vaca, é um símbolo fortíssimo no Brasil de história, conquista do território e agente econômico, há mais de duzentos anos. Ela perdeu a corrida da eficiência para Aves e Suínos? Ainda está num patamar inferior de produtividade?

**Felipe Cauê Serigatti** - Há muitas coisas le-

gais nesse tema. Quem está fora do Agro, pensa que o setor é uma coisa só. E ele é incrivelmente heterogêneo. Bem distinto dos grandes monopólios produtivos de antigamente. Tem uma pauta diversificada, é extremamente competitivo numa gama enorme de produtos. Veja o caso atual do trigo. Quem diria que um país tropical como o nosso começaria a ser competitivo na produção de trigo, em áreas como o Nordeste? Uma cultura marcadamente do inverno. Sensacional. Com liberdade, o Agro vai voar ainda mais alto. Já criou uma dinâmica endógena de inovação. Mira o mercado consumidor e aciona a gestão e a nova tecnologia nesse sentido. Coisa que outros setores não conseguiram criar. Veja o caso do álcool, que se tornou referência de energia. O sucesso dos grãos. Só que, aos poucos, vemos na GV Agro chegando um pessoal da Pecuária. Com muito profissionalismo. Mas o nosso país é grande demais. Muito diverso. Aves, suínos e bovinos avançam, cada um com suas peculiaridades. Essencialmente, as aves são beneficiadas pelo preço no varejo. Bovinos têm queda nas vendas pela concorrência, mas segue como um produto premium para o brasileiro. E os suínos vêm crescendo, porém aos solavancos, por causa da tradição alimentar do país e a natural disputa de espaço no comércio varejista.

**AgroRevenda** - Qual setor é mais flexível diante de desafios: Pecuária ou Agricultura?

**Felippe Cauê Serigatti** - A pecuária é mais flexível, acomoda produtores com diversos perfis, isso é um lado bom. Entretanto, é mais difícil puxar o setor como um todo. Porque coexistem agentes de ponta e outros que não alcançam nem mesmo uma gestão mínima. O Agro sofre mais com adversidades fortes, como problemas climáticos severos. Mas tem altíssima tecnologia mais espalhada e acessa hoje os maiores mercados mundiais. Ao mesmo tempo, se olharmos o

mundo, somos imbatíveis na carne bovina. É um espaço praticamente nosso. Não há país com potencial de crescimento semelhante ao do Brasil.

**AgroRevenda** - Você e a GV Agro estão envolvidos em outro exame interessante que é o comportamento do mercado de trabalho no Agronegócio. E a primeira bateria de dados envolveu o triênio 2019 – 2022. O que mais te surpreendeu?

**Felippe Cauê Serigatti** - Estamos acostumados a ver grandes manchetes sobre trabalho rural escravo no campo e outros problemas. E essas são situações que merecem notícia mesmo, além do rigor da legislação. Mas isso é exceção. Quando vemos os números do IBGE e da PNAD contínua (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua), o retrato é bem diferente. A lição do agro também foi muito bem feita na área do mercado de trabalho. O setor cresceu, melhorou a gestão, incorporou tecnologia e liberou mão-de-obra para a economia. Uma força de trabalho menos qualificada, de padrão mais informal. Já operar novas tecnologias no agro exigiu padrão de contratação mais formal, melhores salários e trabalhadores melhor qualificados. E a renda resultante foi parar na economia e você comprova isso só de olhar o incrível desenvolvimento das grandes regiões produtoras espalhadas pelo país. Um sucesso que transbordou o restante do país. Um progresso monumental, principalmente se comparado com regiões que se destacaram nos últimos cinquenta anos, como a Grande ABC paulista, por exemplo. Principalmente neste século.

**AgroRevenda** - E os próximos passos desse trabalho?

**Felippe Cauê Serigatti** - Cada produto novo que colocamos não é 'versão extraordinária'. É permanente. Co-

meçamos com o desempenho da agroindústria brasileira. Desde 2019, todo santo mês. Uma análise que encontrou seu espaço no mercado. Depois, veio o desempenho comercial do Agronegócio, que não encontrou a mesma repercussão, mas tem a sua importância para entender o caminhar de diversos setores. Depois, veio o mercado de trabalho. E nosso esforço é entregar uma análise tal qual o IBGE, mas o Instituto não desagrega para o agro como estamos realizando. E era assim que desejaríamos ver sendo comunicado para a sociedade. A complexidade do segmento, de modo transversal, como ocorre com os exames das outras áreas da economia nacional.

**AgroRevenda** - Esse agro tecnológico sem fim ainda contempla as centenas cooperativas brasileiras ou é um modelo com os dias contados?

**Felippe Cauê Serigatti** - Não, muito pelo contrário. Esse papel vai se ampliar. A cooperativa tem um papel crescente e cada vez mais significativo nessa revolução. Principalmente as mais fortes, as que fazem essa ponte de serem o grande canal que liga todas as tecnologias ao pequeno produtor brasileiro. É um projeto longe de estar esgotado.

**AgroRevenda** - A profissionalização dos dirigentes das cooperativas segue nesse sentido?

**Felippe Cauê Serigatti** - Certamente. Só não podemos esquecer que elas são empresas, mas têm uma organização institucional distinta. Então, não necessariamente um bom gestor de uma empresa profissional vai ser um bom dirigente na cooperativa. E vice-versa. Na teoria, a cooperativa não tem as melhores características de organização e governança. Mas é como a história da abelha, que não parece nascida para

voar. Mas voa. É um fato. Temos cooperativas fortes, que enfrentaram muita turbulência ao longo desses anos, mas entregam muito aos cooperados, às comunidades, ao país. É outro fato comprovado. Elas têm atributos próprios que funcionam muito bem, principalmente na produção agropecuária. Por isso precisamos de mais cooperativas. Digo isso com o que vivi dentro da Secretaria Estadual de Agricultura e Abastecimento e recebendo a influência de nosso antigo coordenador no GV Agro, o ex-ministro Roberto Rodrigues, um ícone do cooperativismo mundial. O papel das cooperativas ainda tem muitos anos e décadas pela frente.

**AgroRevenda** - Afinal, o que o Agropênis do Brasil ainda não fez até agora? Ou fez errado?

**Felipe Cauê Serigatti** - A comunicação com a sociedade brasileira, o restante da economia, o mundo todo. Ficamos muito tempo presos às nossas salas, nossas bibliotecas, nossas fazendas. Melhoramos nos últimos anos, passamos a dialogar mais, porém, temos que mostrar melhor o que fazemos com competência. Produzimos muito, melhor, diversificamos nossas ofertas, nossos compradores internacionais, mas enfrentamos desafios. Nossa exportação é bem concentrada em um número pequeno de produtos, com pouco processamento e soluções de maior valor agregado. E é preciso um avanço mais veloz da nossa Agroindústria. É um setor que vai argumentar que sofre mais do que a fazenda e tem razão. Carga tributária mais pesada, um conjunto de burocracias difíceis de gerir, vigilância severa sobre qualidade, contaminação, saúde, armazenagem, entrega. O dinamismo de dentro das porteiras precisa extrapolar para nossa Agroindústria.

“ Temos cooperativas fortes, que enfrentaram muita turbulência ao longo desses anos, mas entregam muito aos cooperados, às comunidades, ao país. Precisamos de mais cooperativas.”

**AgroRevenda** - Qual a sua opinião sobre temas 'eternamente' controversos no Brasil, que nunca saem do debate, como reforma agrária, movimento dos sem terra e venenos agrícolas? E que colocam o agro contra a parede?

**Felipe Cauê Serigatti** - O importante é o Agro explicar as suas versões. No caso dos defensivos. Usamos? Sim, e é necessário. Não dá para alimentar o mundo com a 'horta da vovó'. Aliás, a atividade é industrial, dirigida para produzir um bem final chamado alimento. Com a melhor qualidade possível e dados os custos viáveis. É uma realidade. Que precisa ser levada à sociedade por nós. Não somos 'jecas tatus', senhores de engenho colonial. É nossa tarefa explicar. O outro lado não vai querer nem saber.

**AgroRevenda** - Desmatamento?

**Felipe Cauê Serigatti** - É um problema que precisa ser reconhecido e combatido. Mas com a devida dimensão. Uma absurda fração da

produção agro brasileira vem de áreas consolidadas. Um produtor lá do Paraná não pode ser marginalizado por causa de um problema detectado na Floresta Amazônica. O setor é que precisa levar a informação ao público mais amplo. No Brasil e no exterior. O público não virá espontaneamente atrás das explicações. Não acredito.

**AgroRevenda** - Reforma Agrária?

**Felipe Cauê Serigatti** - O pessoal defende muito essa ideia, mas, qual seria a reforma agrária específica para o século XXI? Produtor agrícola não é uma situação, é uma profissão. Demanda estudo, treinamento, técnica. Não é qualquer um que consegue realizar. E aí, das áreas disponíveis, o que a gente vai fazer? Alocar essas áreas com gente que não domina o ofício ou com gente que vai conseguir tirar daquele ativo da terra produção relevante para a sociedade? O que é melhor para o país? Colocar pessoas numa situação de negócio

ou transferi-las para programas de transferência de renda, que é mais barato? A ideia de que qualquer um é produtor está completamente atrasada, obsoleta. Não é uma tarefa trivial competir no universo agro? E é uma decisão que não se dá via Governo e sim mercado. Caso contrário, a pessoa vai quebrar, ter de entregar a propriedade. E os mais eficientes vão destinar melhor uso àquele ativo.

**AgroRevenda** - Karl Marx ou Adam Smith?

**Felippe Cauê Serigatti** - Adam Smith. É o autor que fez nascerem as Ciências Econômicas. Mas importante do que isso é ler todos os clássicos. Tem que ler esses dois e mais. David Ricardo, Joseph Schumpeter, Stuart Mill. Mantenha sua cabeça aberta. Não é uma questão de aceitar todas as ideias de um autor. Mas aceite ao menos um bombom oferecido por cada um deles. Incorpore esse conhecimento à sua bagagem. Mal não vai fazer. E saiba que um clássico não é um clássico à toa.

**AgroRevenda** - Duas frases marcam os soluços de crescimento que o Brasil vive constantemente. 'O Brasil é um navio cuja lanterna fica na popa' (Roberto Campos). 'No Brasil, até o passado é incerto' (Pedro Malan). Mesmo assim, o país conseguiu em 500 anos situar-se entre as onze maiores economias do planeta. Na frente de potências milenares da Europa e Ásia. Mas patinamos com instabilidade econômica, desigualdade social, violência urbana, falta de civilidade, corrupção. O Brasil chega lá? Como?

**Felippe Cauê Serigatti** - Infelizmente, não sei. Adoraria ter essa resposta de forma clara e objetiva. Agora, se eu puder melhorar a autoestima dos brasileiros, gostaria de dizer que não somos os patinhos feios do planeta. Muito pelo contrário. É claro que podemos ficar mal na comparação com algumas das grandes nações do primeiro mundo. Mas, repare

as economias emergentes da América, do México para baixo. Somos os patinhos feios? Ok, podemos não ser a economia mais bonitinha de todas, mas estamos muito mais próximos do início da fila dos melhores do que do fim da fila. Temos muitas lições a fazer, mas a nossa trajetória não é das piores do mundo. É o inverso. De novo, olhando para os emergentes da América. Se você pudesse escolher onde nascer, do México para baixo, gostaria de ter nascido onde? Certamente, a maioria dos brasileiros vai agradecer a cegonha. Tudo bem que tem sociedades mais equilibradas, como o Chile e Uruguai, mas são de um porte econômico muito abaixo de nós.

**AgroRevenda** - E então?


**Felippe Cauê Serigatti** - É arregaçar as mangas e apertar os parafusos que precisamos aqui dentro. Para melhorar nossa situação e, principalmente, a dos nossos filhos, como os nossos pais fizeram conosco.

**AgroRevenda** - Cientista Econômico Felippe Serigatti: que Agronegócio ideal podemos ter daqui 50 anos?

**Felippe Cauê Serigatti** - Penso que o que podemos alcançar está longe de ser um sonho impossível. Um agro que consiga disparar a renda que gera para todo o território nacional, dinamizando nossa

Agroindústria e as grandes metrópoles, espalhando os ganhos de produtividade, a inovação e a competição internacional conseguidos dentro da porteira para os outros elos do agro. Mostrar ao mundo que o modelo de produzir biomassa, alimentos e fibras sem sobrecarregar o meio ambiente é o que foi conquistado pelo Agro Brasil. Nossos pioneiros fizeram isso e em ambientes tropicais. Sem falar que a maioria dos países que protegem grandes áreas atua em regiões onde não é possível fazer agricultura. E grande parte das terras protegidas no Brasil não são parques, não pertencem ao governo ou aos índios. É propriedade particular dos produtores rurais. E que a sociedade brasileira reconheça o valor e a qualidade do universo agro brasileiro. Nosso número de vitórias superou até mesmo a arte do futebol brasileiro.

**AgroRevenda** - E o papel da academia?

**Felippe Cauê Serigatti** - Não faremos assim sem produção de conhecimento e informação disseminada. Ao lado do setor privado. E o grande agente para construir essa ponte é o setor público. E vimos esse fato ocorrer de forma contundente na revolução agrícola do solo tropical há 50 anos. Teve produtor, teve cientista, teve universidade, teve empresa e teve governo. Todos juntos. Não vai deixar de dar certo novamente. 

## FELIPPE CAUÊ SERIGATTI

- # Nasceu em São Paulo – Capital
- # 40 anos
- # Graduado em Ciências Econômicas | Unicamp - Campinas (SP)
- # Mestre e Doutor em Economia de Empresas | Escola de Economia da Fundação Getulio Vargas (FGV EESP)
- # Professor da Escola de Economia de São Paulo, da Fundação Getúlio Vargas (FGV EESP)
- # Coordenador do Mestrado Profissional em Agronegócio (MPAgro) da FGV EESP
- # Pesquisador do Centro de Agronegócios da FGV (FGV Agro)
- # Pesquisador visitante na Universidade da Califórnia | EUA
- # Atuou como assessor econômico na Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo
- # Coordenador do Painel de Comercialização de Suplementos Minerais das da Pecuária de Corte e Leite do Brasil para a Associação Brasileira das Indústrias de Suplementos Minerais (ASBRAM)
- # Colaborador da Revista Agroanalysis | Coluna 'Macroeconomia da Agricultura'

Um negócio do



# Quer vender mais? Pergunte-nos como!



A resposta está aqui! Ligue.

**Patrícia Opik**  
patricia@publique.com  
(11) 9.9624.3377

**Vinicius Godoy**  
vinicius@publique.com  
(16) 9.9782.1612

**Viviane Romão**  
viviane@publique.com  
(11) 9.4521.4027

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



[www.agrorevenda.com.br](http://www.agrorevenda.com.br)

**AR**  
**AgroRevenda**

A Plataforma de Conteúdo da Distribuição Agro

# AgROSS

**230.000 m<sup>3</sup>** de armazenagem  
em todo Brasil, distribuindo  
tempo e tecnologia.





**Luiz Rossi Neto,**  
CEO da AgRoss

## **NOVA UNIDADE ANÁPOLIS**

**Uma logística sem fronteira,  
conectando o Brasil com a tecnologia.**

Nesta edição, celebramos a imparável jornada da AgRoss, que não para de crescer e se fortalecer. A inauguração da nova unidade em Anápolis, estrategicamente localizada para atender as demandas dos estados de Goiás e Tocantins, é um marco na expansão da empresa. Agora, com um total de 8 centros de distribuição espalhados pelo Brasil, a AgRoss está intensificando seu papel como um catalisador para o mercado agrícola abrindo caminho para o surgimento e crescimento de revendas independentes por todo o território brasileiro.

**Onde o estoque da AgRoss  
é o estoque do cliente.**

**AgRoss**

Distribuidor exclusivo de insumos agrícolas para revendas.



Abertura oficial da Unidade da AgRoss em Goiás.



SOS AgRoss: outra inovação da empresa para as vendas.



Armazém Anápolis.



Time da UPL com Luiz Rossi.



Inauguração da nova unidade em Anápolis (GO) com corte da fita.



Carlão da Publique com Luiz Rossi, CEO da AgRoss.



Realizadores AgRoss Anápolis.



Docas.



Time Corteva com Luiz Rossi.

**A**venida tem o nome de Brasil. Está encravada no coração do nosso país, em Goiás, e é um dos grandes símbolos da riqueza e prosperidade que o Agronegócio levou para centenas de municípios que pipocaram no nosso território nos últimos quarenta anos. Em Anápolis. Sede da

mais nova unidade de distribuição da AgRoss, uma das maiores empresas do país quando o assunto é distribuir insumos agrícolas para que pequenas e médias revendas atendam com precisão, rapidez e competência os agricultores nos maiores estados produtores. São 26.000m<sup>3</sup> para abrigar defensivos

químicos e biológicos, além de sementes. Tudo para atender as pequenas e médias revendas de Goiás, Estado que possui aproximadamente 700 pontos de varejo para o segmento.

“Agradeço demais a todos os profissionais, as empresas e entidades que



“

Vivemos um momento de agradecer a todos os clientes, fornecedores e realizadores de Goiás. É uma data muito importante para a AgRoss. A oitava unidade, que levou um ano e meio de preparação. Uma conquista. Pode ter certeza de que agregaremos muito para nossos clientes e fornecedores. Só quero agradecer a todos o apoio”.

**Renovaldo ‘Vado’ Montagnana,**  
Sócio Fundador da AgRoss

“

É uma honra receber todos os que vieram prestigiar a cerimônia de abertura da nova unidade, em Goiás. Muito bom comemorar com os amigos, parceiros, fornecedores, a Família AgRoss. É emocionante para mim, depois desses dezessete anos de atuação nessa empresa maravilhosa”.

**João Henrique Tafner,**  
Gerente de Mercado da AgRoss



“

A AGROSS é uma parceira muito importante de acesso ao mercado para nós da Corteva. Eles criaram um modelo de negócios eficiente e que leva nossa tecnologia a uma gama importante de agricultores, através de revendas pequenas e médias espalhadas pelo Brasil”.

**Jair Afonso Swarowsky,**  
VP da Corteva Agriscience





“

Nós já somos parceiros em outras regiões do Brasil e estamos começando agora no Centro Oeste. Nesse segmento, somos pequenos e atuar ao lado da AgRoss vai nos ajudar nessa região bem extensa. Assim, vamos conseguir atingir mais produtores e distribuidores”.

**Carlos Murakani,**  
RTV Cereais da Sipcam Nichino Brasil

“

A distribuição de Goiás é muito dinâmica e grande, com mais de 1700 empresas. Temos uma participação de 67% e a AgRoss é um grande distribuidor e associado nosso. E vamos começar a parceria na região, dando assessoria em armazenamento, transporte e divulgar o novo Manual de Boas Práticas. Estamos juntos. A AgRoss é uma grande distribuidora e vai crescer bastante no Estado. E a ANDAV também vai conseguir novos associados assim. O negócio é multiplicar. O associativismo é uma ação vital para sustentar os negócios”.



**Ademir Pereira da Silva,**  
Coordenador Executivo  
ANDAV GO e DF

“

Trabalhamos juntos e forte em São Paulo e o projeto de Goiás é um braço muito importante para a Ourofino por causa da capilaridade da AgRoss para atender pequenos e médios clientes. Ela faz isso muito bem”.

**Marco Antonio de Carvalho,**  
RTV da Ourofino Agrociências



ajudaram no Projeto Anápolis. O distribuidor moderno tem que pensar na capilaridade, o estoque tem que ficar perto do mercado. Queremos estar perto da revenda, prestando serviço com portfólio para soja, melancia, laranja, mexerica, milho, tomate, etc. E estamos só começando com o CD de

Goiás”, comemorou Luiz Rossi Neto, sócio-fundador da AgRoss. Ele esteve em Anápolis para prestigiar a cerimônia que ‘abriu as portas’ da unidade, ao lado do também sócio Renovaldo ‘Vado’ Montagnana e de profissionais das diversas indústrias parceiras da redistribuidora. “Este centro de distri-

buição é uma verdadeira conquista. Foi um ano e meio de preparação, mas valeu a pena. Pode ter certeza de que agregaremos muito para nossos clientes e fornecedores”, afirmou ‘Vado’.

A unidade vai ser comandada pelo Engenheiro Agrônomo paranaense

●●●



Lucas Lewandowski, Gerente da Unidade Anápolis da AgRoss.

Lucas Lewandowski, quatro anos de mercado agro. "Já estamos atuando em todo Goiás e queremos subir em breve para Tocantins. E, na sequência, chegar a Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. Queremos crescer bastante e rápido. Levando tecnologia para várias culturas. Em cinco anos, queremos estar em parceria com aproximadamente trezentas revendas", contou o Gerente da Unidade Anápolis da AgRoss.

Os proprietários da AgRoss saudaram os convidados e, em seguida, Luiz Rossi

falou sobre a história da empresa, que vai completar trinta anos de atividades daqui quatro anos. "As fábricas não podem parar e precisam colocar os produtos nas pontas. Portanto, a entrega semanal, fracionada é um valor muito importante para pequenas e médias revendas. O nosso modelo venceu porque garantiu a chegada rápida de portfólio aos produtores, independentemente da quantidade. Completamos 230.000 m<sup>3</sup> de armazenagem em todo o Brasil, com oito unidades. Fomos pioneiros nesse modelo. O estoque da AgRoss é o esto-

“ Há quinze anos estamos ao lado da AgRoss, fabricando Aminogross com exclusividade e a linha de protetivos para hortaliças, legumes e frutas, nas oito unidades. Vamos fortalecer nossa parceria e a nossa marca, fortalecendo Goiás, chegando até Brasília e atingindo Tocantins. Atendendo os canais onde hoje não temos acesso”.

**Manoel Alexandre Nunes,**  
RTV da Oxiquímica



“

Temos mais de vinte anos de atividade e começamos com citros. Há dois anos, estendemos para o HF e seringueira. E nos alinhamos à AgRoss pela estrutura da empresa, preços, portfólio. Tudo isso vai nos ajudar muito. Nossa expectativa de expansão é bem alta, atendendo bem os clientes”.

**Lucas Patrik da Silva Araujo,**  
Ativa Agropecuária



“

Somos parceiros há mais de quinze anos. Iniciamos com produtos de HF e café e hoje com a linha completa para cereais e especialidades. Essa nova unidade vai nos permitir levar o produto e atingir os pequenos produtores. Usando a tecnologia de forma correta e obtendo as melhores colheitas. Acreditamos no modelo da AgRoss”.

**Cesar Gomes Rodrigues,**  
Gerente de Redistribuição da Basf



“

É muito importante a nova unidade por causa do acesso à redistribuição que a AgRoss alcança e a UPL não consegue atender. Que são as menores revendas. E eles chegam com tempo hábil, têm estoque. A AgRoss tem o sangue do distribuidor e é o nosso principal parceiro de negócios. Atender a pequena revenda com rapidez e quantidade pedida”.

**Paulo Drumond,**

Executivo de Contas da AgRoss na UPL

“

Temos uma parceria que já dura 25 anos e agora iniciamos uma nova jornada ao lado da AgRoss nessa região. Para ajudar o cliente pecuarista a investir em pastagem de qualidade. E atingirmos as pequenas revendas, os municípios menores, onde não conseguimos chegar. Temos seis representantes de vendas no Estado e vamos ajudar a AgRoss a atender cada vez melhor a revenda e o pecuarista, levando tecnologia e produtividade ao cliente”.



**Gabriel Rodrigues dos Santos Junior,**

Gerente de Vendas em Pastagem da Corteva

“

Temos mais de mil clientes e nosso raio é de 200km de Anápolis. Com HF, citros, milho e um pouco de cereais. A maioria de pequenas culturas. Sou o primeiro cliente cadastrado da unidade da AgRoss. Eles têm disponibilidade de produtos, o estoque está aqui, diversificado, ágil e com boa condição comercial”.




**Helder Luiz Martins,**

Dono da Revenda PlantyAgro

que do cliente. Ele não vai precisar mobilizar dinheiro. É valor financeiro. E outros valores intangíveis, como confiança, procedência, agilidade. O que a AgRoss fez foi entregar esses valores”, falou emocionado Luiz Rossi.

O empresário ainda destacou outros dois lançamentos da redistribuidora

na mesma noite. A nova Divisão de Biológicos AgRoss. “Não dá para ficar fora da biologia. Criamos a divisão com esses produtos, um fornecedor novo (Bionat), colocamos um gerente trabalhando para uma imersão dentro do mundo de biológicos”, reforçou Rossi. E a segunda edição do Guia

‘Revenda Legal’, com orientações de boas práticas e recomendações legais envolvendo armazenagem, transporte e legalização. “Estamos permanentemente preocupados com essas questões. Levamos tecnologia, produto, mas também responsabilidade social”, completou o executivo. 

# Campinas / SP

## ONDE O ESTOQUE DA AGROSS

# 51.000 m<sup>3</sup>

# ARMAZENAGEM

Nossa Matriz está situada em Campinas, desde a sua fundação.

Campinas divide a área de atuação com a unidade de Lins, nos estados de SP e PR. As principais regiões de atuação são: Campinas e região, São Paulo Capital, Vale do Paraíba, Vale do Ribeira, Paraná, Sorocaba, Piracicaba, Atibaia, Guapiara e Socorro. As principais culturas de atuação são: HF, Café, Citrus, Soja e Milho.



Gerente da Unidade:  
**Claudio Tafner**



WhatsApp:  
**(19) 3721-3300**



**É O ESTOQUE DO CLIENTE!**

**Pouso Alegre / MG**

**28.000 m<sup>3</sup>**

**ARMAZENAGEM**

**Nossa segunda unidade, em ordem cronológica de inauguração, está situada em Pouso Alegre, no sul do estado de Minas Gerais.**

**Divide a área de atuação com a unidade de Sete Lagoas, no estado de MG.**

**A principal região de atuação é o sul de Minas, fazendo divisa com a zona da mata e centro oeste mineiro.**

**As principais culturas de atuação são: HF, Café, Batata, Milho e Soja.**



Gerente da Unidade:  
**Vladimir Marino**



WhatsApp:  
**(19) 9 9998-2192**

**AgROSS** Distribuidor exclusivo de insumos agrícolas para revendas.

# 35.200 m<sup>3</sup>

## ARMAZENAGEM

Sete Lagoas é uma de nossas unidades que mudaram de endereço. Inicialmente nossa unidade estava instalada em Conselheiro Lafaiete e após a abertura da unidade de Cariacica, mudou-se para Sete Lagoas. Atua praticamente em todo estado de MG, dividindo área com Pouso Alegre. As principais regiões de atuação são: Grande BH, Zona da Mata, Triângulo Mineiro e Norte de Minas. As principais culturas de atuação são: HF, Café, Milho e Soja.



Gerente da Unidade:  
**Juliano Diniz**



WhatsApp:  
**(19) 9 9389-1516**



É O ESTOQUE DO CLIENTE!

Lins / SP

**16.000 m<sup>3</sup>**

**ARMAZENAGEM**

Lins, também passou por mudança de endereço e mais que isso, se resulta da junção de outras duas unidades, Barretos e Pompéia. Atua dividindo áreas com Campinas nos estados de SP e PR. As principais regiões de atuação são: de São J. do Rio Preto, Ribeirão Preto, Bauru, Pontal do Paranapanema, Presidente Prudente e Paraná. As principais culturas de atuação são: HF, Café, Citrus, Amendoim, Cana-de-açúcar, Pastagem e Cereais.



Gerente da Unidade:  
Alice Campos



WhatsApp:  
(14) 3522-1807

**AgROSS** Distribuidor exclusivo de insumos agrícolas para revendas.

# 25.000 m<sup>3</sup>

## ARMAZENAGEM

Cariacica surgiu no desmembramento da unidade de Sete Lagoas (Conselheiro Lafaiete), que já atendia os estados de ES e RJ. O estado do ES é o segundo maior produtor de café do Brasil e o estado que mais exporta mamão do Brasil. A representatividade do estado na cafeicultura brasileira é extremamente relevante. Atua dividindo o estado da Bahia com a unidade de Recife e atende também os estados do ES e RJ. As principais culturas de atuação são: Café, Melancia, Mamão, Tomate.



Gerente da Unidade:  
Marco Mendonça



WhatsApp  
(19) 9 9389-8853



FROTA PRÓPRIA



CROSS DOCKING  
(Transbordo)



RUSH ORDER  
(Pedido Urgente)



CUSTO ZERO PARA O CLIENTE



BACKLOGGING  
(Pedido Mãe)



ADVANCED PLANNING & SCHEDULING  
(Planejamento e Programação Avançada)

**É O ESTOQUE DO CLIENTE!**

**Carazinho / RS**

**25.000 m<sup>3</sup>**

**ARMAZENAGEM**

**Carazinho, com um pouco mais de 5 anos de atuação, atende todo o estado do RS e SC. É o terceiro estado mais agrícola do Brasil. As principais culturas de atuação são: HF, Milho, Soja, Trigo, Arroz e Fumo.**



Gerente da Unidade:  
**Diego Schons**



WhatsApp:  
**(19) 9 8601-0077**

**AgROSS** Distribuidor exclusivo de insumos agrícolas para revendas.

# 25.000 m<sup>3</sup>

# ARMAZENAGEM

Petrolina atende com excelência o mercado do Nordeste e também a região do MATOPIBA.

O nordeste brasileiro, é muito rico com relação a agricultura, sofre as vezes pela escassez de chuvas, mas tem um peso enorme na agricultura, principalmente no mercado de frutas. Atua dividindo o estado da Bahia com a unidade de Cariacica e atende também os estados do SE, AL, PE, PB, RN, CE, PI e MA. As principais culturas de atuação são: HF e Cereais.



Gerente da Unidade:  
Fábio Pires



WhatsApp:  
(19) 9 9381-8909



É O ESTOQUE DO CLIENTE!

Anápolis / GO

**26.000 m<sup>3</sup>**

**ARMAZENAGEM**

Anápolis é a mais nova unidade da AgRoss.

Fundada em 2023, a unidade de Anápolis é responsável pela redistribuição em todo o estado de Goiás e Tocantins.

Goiás hoje é um dos maiores estados produtores de grãos e gado no Brasil. Além disso é o estado que mais produz tomate industrial.

As principais culturas atendidas são: HF nos cinturões verdes, cereais, tomate e pastagem.



Gerente da Unidade:  
Lucas Levandowski



WhatsApp:  
(19) 9 9379-9714

**AgRoss** Distribuidor exclusivo de insumos agrícolas para vendas.



# AgROSS TROQUE & GANHE

O maior e melhor **programa de fidelidade** do segmento agrícola, com mais de 26 anos de tradição, presenteando os clientes com produtos diferenciados, serviços exclusivos e viagens incríveis, **realizando sonhos** de todas as famílias que formam a base do mercado de revendas agrícolas.



Acesse agora e saiba mais:  
[troqueeganh.com.br](http://troqueeganh.com.br)

NOVA EDIÇÃO  
2024

Descoberto de forma em 07/09/1906, com Antoinette Denant no H. de Paris.



**AgROSS**  
**TROQUE**  
**& GANHE**  
13ª EDIÇÃO



Santos Dumont, aviator e esportista, o primeiro herói olímpico do Brasil, o primeiro brasileiro a receber o diploma olímpico do Comitê Olímpico Internacional (COI) por iniciativa de Pierre de Coubertin, em 1905.

**SUPERANDO LIMITES NA  
CIDADE LUZ**



PARIS 2024



**AgROSS**

[agross.com.br](http://agross.com.br)

# Nasce a BioAgRoss para as revendas do Brasil!



AgRoss lança nova Divisão de Biológicos e Nutrição para crescimento da produção de folhas, verduras, frutas e flores, sacramentando a defesa da agricultura sustentável

Riba Velasco

**A** AgRoss, empresa que oferece o maior portfólio de defensivos agrícolas do mercado brasileiro, acaba de lançar uma nova Divisão de Biológicos e Nutrição Vegetal para fomentar a produção de hortaliças, frutas, verduras e flores em todo o território nacional. Ação decisiva, também, para promover o uso intensivo de soluções tecnológicas biológicas, contribuindo ainda mais na difusão dos modernos conceitos de agricultura regenerativa, eficiente, sustentável e que leve saúde para a população e o planeta. A Bio AgRoss foi anunciada no dia 15 de junho, durante a tradicional transmissão ao vivo da TV AgRoss, o canal de informação e serviço da distribuidora, que leva informação, conteúdo e interação às revendas e indústrias parceiras do

negócio. A notícia foi destacada pelo Engenheiro Agrônomo Richardson dos Santos, que atua há dois anos na empresa e agora é o Supervisor da nova Divisão.

“Eu comecei na AgRoss como vendedor na unidade de Campinas, há dois anos. E agora assumo este desafio com muita energia e alegria. É um novo marco na trajetória da empresa. Nós já oferecemos aos clientes um portfólio de biológicos de nossos parceiros fornecedores. Mas o Sr. Luiz (Engenheiro Agrônomo Luiz Rossi Neto, sócio fundador) está acompanhando o avanço fantástico dos biológicos nas grandes culturas, como soja, milho e algodão. Hoje, 80% da oferta no Brasil vão para essas lavouras. E ele entende que temos o grande desafio de fazer com que os agricultores de folhas, legumes, frutas e flores utilizem mais os produtos biológicos em seus cultivos”, contextualizou Richardson.

O Agrônomo relembra que a história do nascimento da AgRoss também se mistura com os HFF's e a divisão acaba surgindo com o aumento recente de ofertas biológicas dos parceiros da distribuidora. “75% dos nossos clientes de hoje são de HFF. A AgRoss praticamente nasceu com HFF. E a gente viu que o pessoal no campo ainda usa pouco os biológicos. E são muitos pontos positivos. Lavouras de ciclo curto, com a pegada de produtos naturais. E é uma

venda diferente das grandes culturas. A gente trata de volumes e embalagens menores, sem falar que atendemos essencialmente os pequenos revendedores. É uma tendência mundial o uso combinado aos químicos, reforçando ainda mais as mensagens de sustentabilidade ambiental, alimentos mais naturais para a cadeia e os consumidores. O segmento cresce com taxas de dois dígitos e vai continuar subindo. A ideia é que a AgRoss participe dessa revolução e se engaje cada vez mais, posicionando-se mais uma vez à frente dos concorrentes”, acrescentou.

A AgRoss já distribui biológicos dos parceiros há um bom tempo. Com características bem regionais, oferta de acordo com a aptidão da localidade. Indústria e revenda ligadas ao interesse do produtor. Portfólio de tecnologias da UPL, FMC, Oxiquímica, Basf e Sumitomo. E agora com uma nova parceria. “Começamos a operar ao lado da Bionat, empresa especializada em biológicos, trabalhando, inicialmente, com quatro produtos. A Divisão vai posicionar todas as nossas ofertas para as unidades da AgRoss nos estados em que estamos presentes. Vamos treinar todas as equipes, em cada filial, respeitando os interesses das propriedades nas regiões no Sul, Sudeste, Nordeste e Centro Oeste do Brasil. Nós temos o conhecimento para isso. E iremos repassá-lo aos clientes e estes vão levar ao campo. Vamos conversar com to-



Richardson dos Santos, da Divisão de Biológicos AgRoss: “De novo, saímos na frente dos concorrentes”.

dos os gerentes e, assim, falaremos a mesma língua. Trabalhando com eles, vou visitar todas as unidades, entender quais são todas as culturas, treinar todos”, informou.

Richardson dos Santos explica que, apesar da evolução impressionante dos biológicos, ainda existem muitos agricultores brasileiros que não compreendem corretamente o conceito, como a tecnologia é eficiente, ajuda na produtividade e ainda traz mensagem de um novo alimento, para uma sociedade moderna, um novo consumidor. E a nova Divisão vai reforçar aos atores da cadeia como aceitar e adotar a tecnologia. Ele ressalta que o defensivo agrícola é registrado por cultura, enquanto o biológico é ao contrário, pelo alvo. São produtos determinados para combater uma praga específica. Mesmo que esteja presente em diversas culturas. “Isso ajuda a confundir um pouco mais os agricultores. Entenderem que o biológico combate apenas a praga. Os inimigos naturais vão permanecer, inclusive ajudando a combatê-la”, reforça.

O Agrônomo adianta que a Bio AgRoss já está atuando, estruturando o ciclo de treinamento, programando as visitas às filiais e finalizando o roteiro de capacitação para instruir os parceiros a orientar os produtores rurais. Richardson fala animado sobre a capacidade da tecnologia ajudar o Agro Brasil. “É uma técnica que já existe há décadas e vai ajudar bastante a produtividade e sustentabilidade do setor. Associada aos defensivos. Trabalhando pela planta, pelo solo”, analisou. Uma corrida que agora conta com a presença reforçada de uma empresa pioneira, fundada no fim do século passado, especializada em investir na pesquisa e no lança-



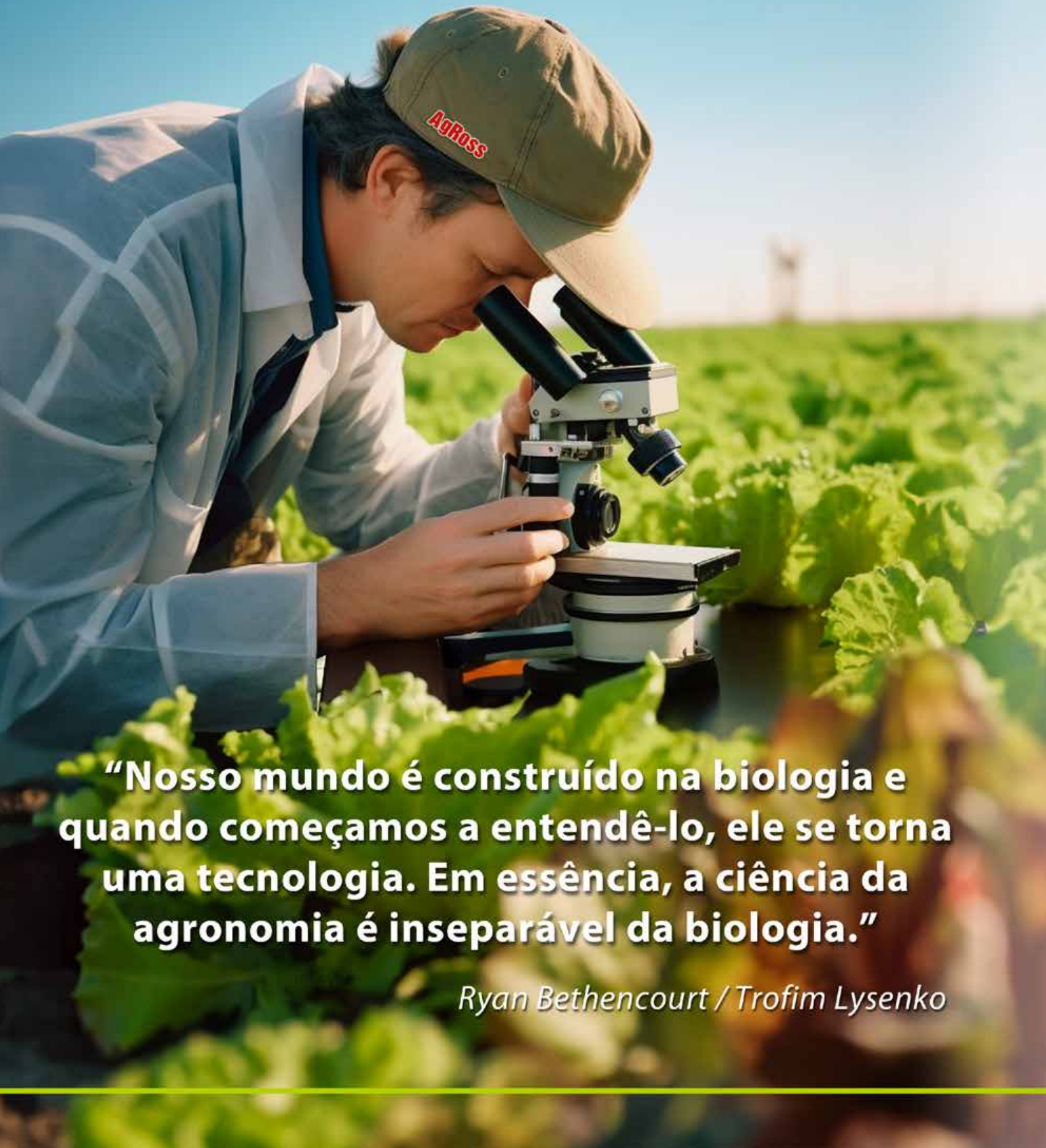
AgRoss e Bionat unem forças em uma parceria nacional para o desenvolvimento técnico e comercial de bioinsumos, uma iniciativa que promete impulsionar o crescimento estratégico de ambas as empresas em todos os setores do agronegócio. Com a integração das inovadoras tecnologias biológicas da Bionat e a intenção estratégica da AgRoss em investir em inovação e trazer novas tecnologias ao mercado, espera-se uma sinergia produtiva. A Bionat atua em parceria com as mais conceituadas empresas de pesquisas microbiológicas do Brasil, como Embrapa, ESALQ-USP e Instituto Biológico, para oferecer produtos inéditos e inovadores ao mercado no manejo das lavouras. Para garantir a comunicação e capacitação eficaz das equipes e agricultores neste segmento, a TV AgRoss será o principal canal de comunicação, consolidando ainda mais essa parceria estratégica.

**Cláudio Ramos**, Diretor de Vendas da Bionat

mento de um canal atacadista para redistribuição de produtos para o campo. Que criou um modelo exclusivo, com capilaridade eficiente, agregando valores e levando tecnologia aos mais distantes cantos do Brasil.

“A AgRoss está no caminho certo. Já trabalhei com adubo foliar e hoje sinto-me à vontade para conversar sobre esse conceito com quem vai tratar com o homem do campo. Biológicos é uma pesquisa sem fim. E que atende à diversidade da produção brasileira. Eles acompanham a evolução das pragas, doenças e do clima. E ainda vão auxiliar a combater o preconceito contra o defensivo,

insumo que, se usado do jeito certo, é favorável à saúde do ser humano. Produto certo, passado na hora certa, não tem problema nenhum. Basta obedecer às recomendações. E ao lado dos biológicos vai ser muito mais saudável. Temos a tarefa de produzir no ritmo do crescimento da população mundial. Precisamos entregar alimentos. O biológico é alvo certo. Leva na composição organismos vivos e inativos, que entregam algum tipo de associação com as plantas, benéficas no uso agrícola. A AgRoss pensa na frente, para estar dentro do mercado, levando o máximo de informação aos clientes e resultado aos produtores rurais”, conclui Richardson dos Santos. **AR**



**“Nosso mundo é construído na biologia e quando começamos a entendê-lo, ele se torna uma tecnologia. Em essência, a ciência da agronomia é inseparável da biologia.”**

*Ryan Bethencourt / Trofim Lysenko*

# PORTFÓLIO AGROSS

## DIVISÃO DE BIOLÓGICOS E NUTRIÇÃO

“Um produto precisa ser inovador o suficiente para se diferenciar do resto, mas não tão inovador que o agricultor não entenda.”

peregrino

HABITAT

LEPTHURE  
Bioinseticida

SPRINTER

QUARTZO

Omsugo™ P  
INOCULANTE PARA  
SOLUBILIZAÇÃO DE FÓSFORO

Provilar™  
biofungicida

MIRA

REGALIA MAXX®

DiPel®

XenTari®

Duravel®  
Fungicida Microbiológico

FISIOATIVADOR  
Raizal®

FISIOATIVADOR  
K-fol®

FUNGICIDA  
BACTERICIDA  
Kasumin®

MICROTHIOL®  
DISPERS®

FUNGICIDA  
Vacciplant®

FERTILIZANTE  
ORGANOMINERAL  
K-tionic®

FISIOATIVADOR  
Biozyme®

NEMATOCIDA  
MICROBIOLÓGICO  
Nimaxxa®

UPDT  
HIDRATAÇÃO DINÂMICA

REGULADOR DE  
CRESCIMENTO  
Fazzer®

Biobac®

FERTILIZANTE  
Vitalik®

FISIOATIVADOR  
Foltron®  
PLUS

FISIOATIVADOR  
Nitrozal®

AgRoss

Distribuidor exclusivo de insumos agrícolas para vendas.



**Toda Quinta às 16h  
AO VIVO**



A TV Agross no ar desde 2015, tem executado com êxito seus programas ao vivo para mais de 2.300 revendas, sob o comando de profissionais experientes da televisão e equipamentos de qualidade, oferecendo conteúdo adequado e enriquecedor para que os telespectadores possam estreitar ainda mais a ponte de informações técnicas e mercadológicas entre fabricantes, revendas e produtores. Durante o programa temos sorteios de Carros, Motos, Smart TVs, entrevistas com celebridades esportivas e muito mais.



Apresentador:  
**LUIZ CEARÁ**



Apresentadora:  
**THAIS AZEVEDO**



**Acesse agora e saiba mais:  
[tvagross.com.br](http://tvagross.com.br)**



# ALGUNS GANHADORES DA TV AGROSS



ARMAZÉM AGRÍCOLA VINHEDO / SP  
MOTO HONDA CG 160



AGROPECUÁRIA CARVALHO / MG  
MOTO HONDA CG 160



CJA COM DE FERTILIZANTES / MG  
MOTO HONDA CG 160



CASA DO PLANTIO / PE  
FIAT STRADA OKM



CELEIRO AGRO / SP  
MOTO HONDA CG 160



UNIÃO AGRÍCOLA / PE  
MOTO HONDA CG 160



F. PEZZATO / SP  
FIAT MOBI 4P OKM



AGRO JAPÃO / MG  
FIAT PÁLIO 4P OKM



AMF REGINATO / SP  
MOTO HONDA CG 160



KUBIAK AGRÍCOLA / RS  
FIAT MOBI 4P OKM



ADVANTAGRO / SP  
2 MOTOS HONDA CG 160



AGROPECUÁRIA FELIX & SABIO / MG  
FIAT MOBI 4P OKM



AGROMAX / MG  
FIAT MOBI 4P OKM



FERREIRA E GIANNINI / MG  
MOTO HONDA CG 160

# AgRoss lança 2ª edição 2023 do Guia Prático 'Revenda Legal'



Trabalho durou mais de quatro meses, foi coordenado pelo Engenheiro Agrônomo Benedito Eurico das Neves Filho e tem a colaboração da Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários (ANDAV)

Riba Velasco

Auxiliar as revendas espalhadas pelo Brasil inteiro na segurança de colaboradores e clientes, além do cumprimento das legislações envolvendo os defensivos agrícolas. Levando informação objetiva, de fácil compreensão, abrangendo as diferentes realidades que marcam a geografia, o clima e a administração das lojas de insumos do país. Estes são os objetivos que marcam o lançamento da 'Revenda Legal', o segundo Guia de Boas Práticas para as revendas de defensivos agrícolas, publicação pensada, erguida e distribuída pela AgRoss, um dos maiores redistribuidores de insumos do Agro Brasil.

A empresa foi fundada em 1997, atende mais de duas mil revendas e oferece o

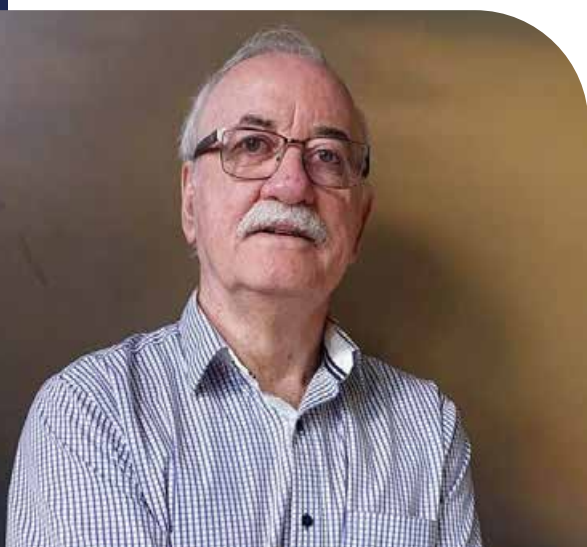
maior portfólio de defensivos agrícolas do mercado, trabalhando com os melhores fabricantes, garantindo procedência e atendimento exclusivo para as pequenas e médias revendas. E ainda oferta linha de sementes, fertilizantes foliares, pulverizadores, equipamentos de proteção, biológicos, suporte técnico qualificado, entrega semanal, frota própria e programas de incentivo.

"Eu conheci o Luiz Rossi há trinta anos, quando trabalhava na Anfal, empresa que distribuía produto da Monsanto, onde ele atuava. E a gente estabeleceu uma boa amizade. O Guia foi uma ideia dele, que já tinha lançado um material semelhante, bastante explicativo. Agora, ele sentiu a necessidade de algo mais direto, com sugestões mais fáceis de serem aplicadas aos clientes espalhados por vários estados brasileiros", conta o Engenheiro Agrônomo Benedito Eurico das Neves Filho, cinquenta anos de profissão e larga experiência alcançada em passagens por grandes corporações do setor, em diversas cidades, e como consultor técnico. Ele enfatiza que procurou colaborar em um Guia que diz respeito a um depósito legalizado, um pequeno livreto para os distribuidores se adequarem no território brasileiro inteiro. Com a colaboração da ANDAV e boa parte das orientações oriundas de material técnico da Coordenadoria de Defesa Agropecuária (CDA) de São Paulo e demais órgãos

competentes pela regulamentação de defensivos de diversos Estados. "Não entramos nos detalhes das obrigações, porque ficaria um compêndio muito longo. Nesse sentido, apenas citamos algumas mais interessantes", esclarece Eurico das Neves. "Todo Estado tem seu órgão de fiscalização. As leis municipais estão mais atentas à documentação, às instalações elétricas, hidráulicas, proximidade de escolas, hospitais. Já a Legislação Federal diz respeito ao que o distribuidor deve cumprir, sobre não poder ter embalagem aberta, não poder fracionar a venda, ter registro do produto nas três esferas (Ministério da Agricultura e Pecuária, Agência Nacional de Vigilância Sanitária e Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis)", reitera o Agrônomo.

O resultado foi uma coletânea de indicações sobre local escolhido para implantação do depósito, os aspectos inerentes à armazenagem, aos transportes, disposição dos produtos dentro do armazém, como os espaços devem ser amplos, bem arejados, os pontos de segurança, o fechamento das áreas para não haver ligação com a movimentação diária dos funcionários dentro da loja. "Nós procuramos focar nas necessidades.

A 'Revenda Legal' é um material de 36 páginas, ilustrado com fotos, dicas de



O Engenheiro Agrônomo Benedito Eurico das Neves Filho: "A ideia é informar bem o revendedor".

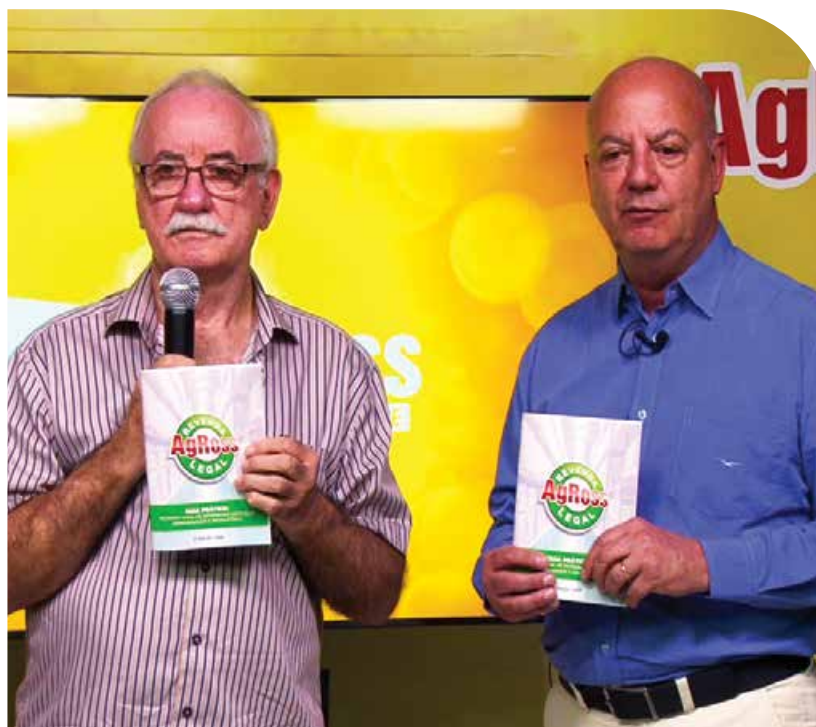


armazenagem correta e empilhamento adequado. Enxuto e coerente. Tratando de depósitos novos, que serão planejados e montados, outros que serão reformados, adequados e modernizados. Com dicas sobre telhados, iluminação mais adequada, mudanças das portas de entrada e saída, sinalização, movimentação de mercadorias, etc. Eurico das Neves já vem adiantando aos revendedores parceiros da AgRoss os principais pontos do manual que eles vão receber, por meio do tradicional programa da TV AgRoss, todas às quintas-feiras, ao vivo. “Estamos acompanhando um crescimento forte nas pequenas revendas. São cada vez mais soluções tecnológicas, mais empresas, os produtos estão mudando, ficando mais modernos, seguros, e as revendas têm que acompanhar essa evolução. O que gera aumento de unidades, centros de distribuição, sofisticação logística nas diversas regiões do país”, contextualiza Eurico das Neves.

Prova disto é que a AgRoss tem por volta de dois mil clientes atualmente, o que motiva a empresa a espalhar boa informação aos revendedores. “A evolução da AgRoss é prova da velocidade de evolução do Agro no Brasil e a importância de partilhar técnicas que ajudem o segmento, como no caso do Guia. Seria ótimo se tivéssemos mais profissionais e empresas interessadas e dispostas a fazer esse tipo de trabalho. Precisamos de mais fabricantes, multinacionais, distribuidores, escritórios e entidades para prestar esse trabalho de consultoria para revendas e grandes unidades produtoras. Tive a honra de integrar a equipe que lançou o plantio direto no Brasil, na batalha contra a erosão dos solos. Foi uma epopeia. Ninguém acreditava que era possível plantar sem arar e gradear. Foi uma luta e tanto. E deu certo. Em cinquenta anos, aprendi muito sobre

Eu queria aqui chancelar e parabenizar a AgRoss pela atitude de buscar mais um exemplo de boas práticas no uso daquilo que ela comercializa. Portanto, o objetivo da AgRoss, o objetivo da Andav com os distribuidores do Brasil todo, não é levar só o produto, é levar conhecimento, tecnologia e inovação. E aqui está o exemplo prático disso e toda equipe AgRoss tem os parabéns da Andav por mais essa atitude que leva segurança ao usuário, ao aplicador, ao depósito e à sociedade como um todo no que diz respeito às boas práticas de uso correto dos defensivos”.

**Paulo Tibúrcio,**  
Presidente da ANDAV



Eurico das Neves Filho (AgRoss) e Paulo Tibúrcio (ANDAV) juntos no Lançamento na TV do Guia Prático Revenda Legal.

a produção de grãos no Brasil e os defensivos. E participar agora de um trabalho assim, que difunde boas práticas para revendas de um país gigante

como o Brasil, ao lado de uma empresa tão competente e vencedora como a AgRoss, é um novo prazer profissional”, conclui Eurico das Neves Filho. **AR**



**Seja cliente AgRoss e solicite seu exemplar.**



**Seja associado ANDAV - [www.andav.com.br](http://www.andav.com.br)**

**AgRoss**

Distribuidor exclusivo de insumos agrícolas para revendas.

# Agrofy promove evento para o Agrodigital

Primeiro Agrofy Day debate desafios do digital e vendas online



Primeiro Agrofy Day, no Cubo Itaú, em São Paulo

O ecossistema de soluções digitais e marketplace especializado em produtos e tecnologia para o agro Agrofy realizou em abril passado, no Cubo Itaú, na capital paulista, o 'Agrofy Day', reunindo representantes de grandes empresas do setor. A abertura contou com o Diretor de Negócios da empresa no Brasil, Diego Arruda. "Muita gente que vai começar a digitalização me pergunta se o melhor é começar seu próprio canal ou abrir uma loja dentro de um marketplace. Dentro do marketplace, você aprende muito mais, certamente. Mas uma coisa não inibe a outra. Talvez o ideal seja mesmo o posicionamento omnichannel", afirmou Diego Arruda.

A programação ainda contemplou um painel da gerente comercial da Agrofy, Patrícia Fernandes, sobre oportunidades no mercado online, além de uma apresentação exclusiva da Diretora de Marketing Transformation da multinacional de consultoria de gestão Accenture, Elizabete Gonçalves, com dados sobre a digitalização do agronegócio no Bra-

sil. "O Agro vive um momento muito propício e sem precedentes para mergulhar em uma Jornada de Transformação Digital", pontuou Elizabete.

O Diretor Comercial do Clube Agro Brasil, novo parceiro da Agrofy, Eric Chinen, falou sobre a importância da fidelização no mercado. "O produtor já fazia uso dessas ferramentas de loyalty em outras áreas e até no próprio agro, mas precisava de uma solução centralizada. O objetivo do Clube Agro, agora parceiro da Agrofy, é unificar esses pontos e ampliar o leque de opções em termos de lojas e postos de troca", reforçou. A agenda trouxe, ainda, uma mesa de debate sobre o sucesso das vendas pela internet, com Roberson Marczak e Silvio André Biasuz, Gerente de Inovação e Gerente Nacional de Acesso ao Mercado da ADAMA; Renan Beca, Gerente de Marketing da Toyota Brasil; Luiz Felipe Leidens, Coordenador de Marketing da Kepler Weber; e Astor Klipp, Gerente de Marketing e Vendas da LS Tractor.

Sediada em um dos principais hubs de

inovação e tecnologia de São Paulo, o Cubo Itaú, a Agrofy aposta nas conexões proporcionadas pela tecnologia para integrar mais de seis mil empresas no portfólio e levar uma experiência digital exclusiva ao consumidor no campo. **AR**

## AGROFY

# Ecossistema de soluções digitais líder na América Latina | Presente em oito países

# Brasil, Argentina, Colômbia, Chile, Bolívia, Peru, Uruguai e Paraguai

# Mais de 150 mil produtos e serviços

# Já levantou mais de US\$66 milhões em rodadas de investimentos

# Em 2021, recebeu US\$30 milhões da Série C para expansão no Brasil e modelo e-commerce na América Latina.

## Stefan Mihailov vai comandar Grupo CRV no Brasil

O médico veterinário Stefan Mihailov é o novo diretor presidente do Grupo CRV no Brasil. Ele nasceu em São Paulo, tem 56 anos, é formado na Unesp (Botucatu), e tem especializações em gestão, finanças, administração e governança, Stefan traz experiência de mais de trinta anos no setor de nutrição e saúde animal, tendo passado por empresas como Champion, Nutreco e Phibro. Dentro e fora do Brasil. “Conheço a empresa desde os tempos da Lagoa da Serra, cuja reputação de excelência só aumentou com a chegada da CRV, que trouxe mais tecnologia e maior capacidade de desenvolvimento. Hoje, contribuimos enormemente com a pecuária brasileira, mas temos muito a oferecer em produtos e serviços para transformar o Brasil no maior produtor mundial de carne e em um dos principais produtores de leite”. O novo presidente da



CRV sabe que terá um grande trabalho pela frente, mas pretende manter uma atividade paralela. Ele é diretor financeiro da ‘Abraço Solidário’, uma creche sem fins lucrativos em Campinas, que atende a 530 crianças de

até seis anos. “Cuidamos de meninas e meninos para que seus pais possam trabalhar. O trabalho tem grande importância na preparação do caráter dessas crianças. É algo que faço com gosto”, finaliza. **AR**

## DSM e Firmenich criam empresa de 12 bilhões

A dsm-firmenich confirmou em maio a fusão entre a DSM e a Firmenich. O resultado dessa união é o lançamento de uma nova empresa, que reúne uma das maiores comunidades de inovação e criação em nutrição, saúde e beleza do mundo. Com uma equipe de quase 30 mil colaboradores e capacidades inigualáveis desenvolvidas em mais de um século de ciência de ponta, a dsm-firmenich será pioneira na reinvenção, fabricação e combinação de nutrientes, sabores e fragrâncias vitais. **AR**



## MSD Saúde Animal investe US\$ 7 milhões em fábrica de Joinville



**A** MSD Saúde Animal vai investir neste ano sete milhões de dólares na fábrica que mantém em Joinville (SC) para modernizar equipamentos e expandir a capacidade pro-

dutiva para atender novos mercados, a começar com o México, ainda em 2023. A unidade tem produção destinada a países da América, Europa, Austrália e África do Sul. Cerca de 80% do que é

produzido é exportado para a América Latina. A companhia ingressou na região em 2021, com a compra da Allflex, marca de produtos de identificação e monitoramento. Na inauguração, a fábrica recebeu um investimento de 10 milhões de dólares. Em 2022, foram investidos mais seis milhões de dólares. “E ainda vamos crescer mais, Joinville será destaque em ainda mais países, já que a meta é atender também os mercados de Nicarágua, Chile e El Salvador até 2024”, disse Diogo Albernaz, diretor da unidade. **AR**

## Paulo Pinheiro é o novo CEO da Shull Seeds

**O** engenheiro agrônomo Paulo Pinheiro, executivo com mais de 30 anos de experiência na agroindústria, assumiu em abril o cargo de CEO da Shull, empresa 100% brasileira que tem se destacado pelo desempenho de sua genética, sobretudo quanto à produtividade e à tolerância às principais doenças que afligem o cultivo de milho. Paulo foi pioneiro na

indústria de prestação de serviços de produção do grão, tendo fundado em 2012 a primeira empresa totalmente dedicada à terceirização desta atividade no Brasil. Agora, ele assume a liderança da Shull, companhia da qual é fundador, com a missão de acelerar o plano de investimentos em pesquisa e tecnologia, e em projetos de cooperação com instituições internacionais. **AR**



## Mônica Fagundes é a nova CFO do Grupo Sinagro



**A** executiva Mônica Fagundes é a nova CFO do Grupo Sinagro, uma das maiores plataformas de distribuição de insumos agrícolas e pecuários do cerrado brasileiro. Ela assume o cargo no lugar de Daniel Engels. Administradora, pós-graduada em Finanças e Mestranda em Agonegócios pela escola de Economia de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV EESP), com 20 anos de

experiência em finanças, Mônica trabalhou, nestes últimos 10 anos, em empresas globais, como Bunge e Nestlé - tendo atuado em líderes de segmento - e outras multinacionais ao longo de toda sua carreira. Ela possui perspectiva internacional do mundo dos negócios a partir de experiências adquiridas em empresas de atuação mundial e na atuação profissional em mercados estrangeiros. **AR**

# Syngenta lança conta digital Syde

O objetivo é ampliar os serviços oferecidos aos produtores rurais, revendas de insumos e cooperativas

A Syngenta Proteção de Cultivos lançou em abril passado a Syde, sua conta digital em formato de aplicativo e internet banking, que nasce com uma série de serviços financeiros, como crédito, pagamentos e transferências. Além de outras funcionalidades, como seguros, cobrança, gestão de crédito, investimentos e cartões, para produtores rurais, revendas de insumos e cooperativas agrícolas. O objetivo é oferecer uma solução modular, que pode ser adaptada às necessidades de cada cliente. Por isso, a novidade tem a capacidade de suportar produtores, revendas e cooperativas de diferentes perfis, culturas e regiões. A conta digital será estruturada em parceria com uma Sociedade de Crédito Direto (SCD), que prestará o serviço de Banking as a Service (BaaS), tendo o crédito como funcionalidade mais importante, por meio de parcerias com fintechs e bancos, que serão os credores e administrarão o risco das operações. O desenvolvimento da interface da conta tem como foco a experiência do cliente, de modo a atender de maneira simples e



Leandro Serau - CFO da Syngenta Proteção de Cultivos



intuitiva as principais demandas do ecossistema financeiro dos agricultores, além de produtos e serviços financeiros a que, hoje, eles não têm acesso.

“Queremos ser o melhor e mais completo parceiro financeiro do agronegócio. Para nós, a Syde é a evolução do papel da Syngenta no financiamento do setor, que antes concentrava seu atendimento a clientes diretos – principalmente revendas e cooperativas – e agora vai chegar também ao pequeno e médio agricultor, oferecendo novas opções para a sua gestão financeira”, comentou Leandro Serau, CFO da Syngenta Proteção de Cultivos. A versão inicial da Syde nascerá direcionada à oferta de uma variedade maior de operações de crédito para os produtores e com mais de um bilhão de reais de linhas adicionais, já contando com parceiros importantes, como Itaú e as agfintechs Farm e AL5Bank. Além disso, vai permitir que atividades simples como transferências, pagamento de boletos, extratos, crédito e cobrança sejam gerenciados num único lugar e de forma integrada.

## BANKING AS A SERVICE COMO TENDÊNCIA NO AGRONEGÓCIO

Não é de hoje que o mercado vive uma espécie de 'bancarização empresarial', na qual organizações desenvolvem produtos e serviços financeiros para apoiar clientes em diversos segmentos da economia. A própria Syngenta é um bom exemplo. Entre 2011 e 2021, a empresa realizou emissões de diversos Certificados de Recebimento do Agronegócio (CRAs) e Fundo de Investimento em Direitos Creditórios (FIDCs) no mercado de capitais, que somaram R\$ 5,5 bilhões. Já em 2022, a companhia acelerou o passo e o valor das operações estruturadas pela divisão de Soluções Financeiras da empresa chegou a R\$ 6 bilhões, com mais dois FIDCs e uma operação de financiamento de estoques, superando o montante acumulado nos 10 anos anteriores. A Syde representa um movimento inédito no agronegócio. “A alta de juros e custos elevados vivenciados pelos agricultores foram grandes motivadores para que a companhia continue gerando valor para seus clientes”, finalizou Serau. **AR**

## Plataforma Traive para Crédito Agro IA

Empresa apresenta plataforma que otimiza análise e investimento de crédito por inteligência artificial a bancos e gestoras do mercado brasileiro

“ Desde o seu desenvolvimento, a plataforma Traive tem como objetivo facilitar a originação de créditos através da conexão com o mercado de capitais e do acesso a recebíveis qualificados, gerados pela inteligência artificial”.

**Fabrizio Pezente,**  
CEO e co-fundador  
da Traive



A Traive, fintech especializada em agronegócio, promoveu a primeira apresentação sobre a sua solução para o mercado de capitais, em São Paulo, em março passado. O evento reuniu 46 expo-nenciais investidores para uma noite de imersão sobre a metodologia e eficiência da Traive, que conecta o agro ao mercado de capitais com uma abordagem end-to-end, entre toda a cadeia agrícola com o mercado financeiro. Estiveram presentes também Fabrizio Pezente, CEO e co-fundador da fintech, e Aline Oliveira Pezente, co-fundadora e CAIO (Chief Artificial Intelligence Office), além do

time de especialistas da Traive. Durante o evento, Mohammad Ghassemi, Vice-Presidente de Ciência de Dados, Pesquisa e Desenvolvimento de IA e professor do MIT (Instituto de Tecnologia de Massachusetts), apresentou como a inteligência artificial é utilizada na plataforma para trazer dados e recomendações mais assertivas, enquanto Leonard Langsdorf, diretor de Tecnologia da Traive, falou sobre a segurança, capacidade de escala e usabilidade da ferramenta.

Gerada nos laboratórios do Massachusetts Institute of Technology (MIT), a inteligência da Traive utiliza

dados que otimizam as negociações de forma segura, com diminuição de riscos e aumento da assertividade com alcance em larga escala. “A ciência de dados tem revolucionado o mercado agro. Ao utilizar IA conseguimos oferecer uma experiência completa do começo ao fim, tanto para o investidor, quanto para o empresário agrícola”, afirma Aline Pezente. Outro importante diferencial apresentado se refere à usabilidade sem precedentes da plataforma, que busca atuar como um parceiro facilitador para a redução de possíveis receios e ineficiências ao investir neste setor.

AR

# Lançada em São Paulo a Willowood Brasil

Empresa registrou produtos no Brasil, abriu escritório em Campinas (SP) e promete avançar nos próximos anos



Evento em São Paulo marca o início da operação Willowood no Brasil

A Willowood, empresa global de 25 anos de atuação, afiliada do Willowood Group, e com presença em cinquenta países, lançou em março passado, na capital paulista, a sua operação no Brasil. O evento foi realizado no Goose Island Brewhouse, cervejaria artesanal, e reuniu representantes de distribuidores de insumos, usinas e executivos de empresas do segmento. O encontro teve o comando dos executivos Marcos Gaio, Country Manager no Brasil; Vijay Mundhra, CEO Global, e Jitendra Mohan, COO da corporação. A Willowood fabrica e distribui defensivos químicos para proteção de inúmeros cultivos, como soja, milho, algodão, cana-de-açúcar, citros, entre outros. “Estamos visitando o Brasil desde 2018, mantendo contato com agentes, fazendo reuniões, viabilizando nossas operações aqui. E chegou a hora. Temos oito produtos registrados e um escritório em Campinas (SP). Em breve, queremos fazer o lançamento de moléculas próprias. Estamos aqui para fazer história no agronegócio

brasileiro”, comemorou Marcos Gaio, que fez uma palestra especial sobre a visão de negócios da Willowood para o Brasil.

A tarde de lançamento ainda teve o especialista João Pontin falando das novidades da área de Registro e Regulatório no Brasil, nos Estados Unidos e na Europa. Enquanto Jankiel Santos, Economista Sênior do Banco Santander, fez uma apresentação sobre a ‘Visão Macroeconômica do Brasil e do Agro Brasileiro para 2023’. “Inflação em alta não combina com juros baixos. E a taxa alta vai permanecer até o fim do mandato do comandante do Banco Central, Roberto Campos Neto. Mesmo que sob tiroteio do presidente da república, Luiz Ignácio da Silva. É o caminho certo. Já o problema bancário internacional pode ser perigoso, sim. Mas o agro vai permanecer sendo um dos poucos setores que entregam resultado. O crédito pode ficar mais apertado, mas certamente vai ter prioridade quem obtém rendimento. É o caso do setor”, analisou Jankiel Santos.

“Queremos interagir bastante com os atores do Agro do Brasil, mostrar nossas tecnologias e ajudar neste crescimento de um setor tão dinâmico da economia do Brasil”, prometeu Vijay Mundhra, CEO Global da Willowood. A mensagem final do encontro coube a Parikshit Mundhra, Diretor Geral da corporação, que enalteceu o passo importante dado pela Indústria indiana para fomentar negócios com a América Latina. “O Brasil e a Índia fazem história na indústria mundial de alimentos e vão continuar ajudando a alimentar o planeta. Vamos trazer produtos, lançamentos, patentes, genéricos. É o início de uma jornada forte. E queremos ter muitos parceiros no país”, reforçou. O encontro terminou com um coquetel no Beer Garden do espaço Goose Island Brewhouse. **AR**



Marcos Gaio - Country Manager no Brasil

# Syngenta lança Synap

A Syngenta Agriculture Platform passa a identificar a unidade de negócios que reúne as bandeiras Atua Agro, Dipagro, Agro Jangada e Agrocerrado



“É a cultura da coerência, cultura do agricultor, pensar nele, desenhar estratégias que causem impacto para ele. Tudo movido essencialmente pela paixão. E conheço bem do assunto porque sou produtor de café, pequeno, mas sei das dores do agricultor e o que ele busca. Ele é um guerreiro que produz alimentos para o mundo numa indústria a céu aberto. E fez o Brasil ser um competidor competente, líder mundial em vários produtos”.

**André Savino,**  
Diretor Geral da Synap

A Syngenta, empresa líder global no desenvolvimento de tecnologias agrícolas, presente em 27 países, lançou em maio de 2023 a marca corporativa SYNAP (Syngenta Agriculture Platform), que passa a nomear a Plataforma Comercial da Syngenta, dirigida no Brasil por André Savino. Com isso, as lojas das bandeiras Atua Agro, Dipagro, Agro Jangada e também Agrocerrado compõem a holding SYNAP. Estas empresas seguem atuando de forma independente. Por meio delas, serão levados os serviços, as tecnologias digitais e as soluções financeiras da Syngenta direto ao agricultor.

“Vemos na SYNAP uma grande oportunidade de crescimento contínuo de nossos negócios, de forma a nos ajudar a explorar alternativas para melhor servir e gerar valor aos produtores. Acreditamos que o caminho para seguirmos nos aproximando deles, bem como de suas expectativas e necessidades, seja por meio de uma plataforma capaz de promover tecnologias, serviços e suporte dedicados ao êxito de nossos clientes”, explicou André Savino, Diretor Geral da SYNAP, executivo com 25 anos de empresa.

A iniciativa tem como objetivo central garantir o acesso de agricultores, lo-

calizados em regiões estratégicas para o crescimento da agricultura, às tecnologias e inovações promovidas pelas bandeiras de SYNAP, que se torna um importante pilar de negócios para a Syngenta. Considerando todas as bandeiras que a compõem, a SYNAP integra mais de 68 unidades distribuídas nas regiões Norte, Sul e Centro-Oeste do País, somando 25 milhões de hectares atendidos por mais de 350 consultores comerciais, dedicados às demandas de agricultores de todos os portes e lavouras de cultivos diversos.

“Estamos certos de que por meio de nossa presença nos principais esta-

dos produtores do Brasil e de nossas expertises para entender e atender as necessidades diversas de pequenos, médios e grandes agricultores, seguiremos apoiando-os no alcance de rentabilidade e produtividade sustentável”, comentou Savino.

### DA PLATAFORMA COMERCIAL PARA UM HUB DO AGRONEGÓCIO

A jornada da Syngenta Agriculture Platform é o resultado de um trabalho focado em posicionar as empresas da holding como parceiras próximas dos produtores rurais de diversas regiões do Brasil. Por trás do lançamento da marca SYNAP, há uma história iniciada em 2019, quando a Syngenta inaugurou a primeira unidade com a bandeira Atua Agro, em Ijuí (RS). Desde então, outras unidades sediadas nos outros dois estados da região sul passaram a integrar essa jornada de sucesso. Mais tarde, em 2021, já sob a configuração de sua Plataforma Comercial, a Syngenta incorporou a Dipagro em seu portfólio, expandindo sua presença geográfica e sua capacidade de aten-

dimento direto a agricultores, em uma região chave.

“A Synap chega para fortalecer as marcas das empresas Atua Agro, Agrojangada, Dipagro e Agrocerrado. Agora temos uma marca forte, que engloba tudo, fortalece, traz robustez e gera diferenciação entre as diferentes empresas do grupo. Cada empresa mantém o seu DNA, sua cultura, seu jeito de atuar. Mas teremos grande sinergia para dar mais robustez aos negócios. 2023 vai ser mais um ano bom, o agricultor vai plantar uma safra cheia de novo, sem grandes problemas com o clima. O mercado se normalizou, a relação de troca está positiva. Estamos otimistas. E seguimos lançando uma série de novas tecnologias, novas moléculas. Será um período muito rico”, comenta Luciano Daher, Diretor Comercial da Syngenta.

Em agosto de 2022, a Syngenta anunciou a aquisição da Agro Jangada, com sede em Dourados (MS) e deu continuidade a este trabalho de expansão. Por fim, em abril de 2023, recebeu a aprovação do



Luciano Daher, Diretor de Comercial da Syngenta.

CADE para a aquisição da Agrocerrado, que já contava com uma rede ampla de lojas em Minas Gerais. “A SYNAP é a consolidação de uma estratégia bem-sucedida e que tem gerado cada vez mais valor aos produtores, assim como aos nossos clientes, parceiros e colaboradores. Apostamos no fato de que, a partir da criação dessa holding, fortaleceremos ainda mais cada uma das marcas que a compõem”, celebra Savino. Juan Pablo Llobet, Presidente da Syngenta Proteção de Cultivos no Brasil e América Latina, ●●●



“Tem muita inovação vindo pela frente. Em produtos, tecnologias. Nos próximos dois, três anos. É impressionante e o mercado brasileiro está precisando. De produtos e soluções que aportam valor. Em biológicos, sustentabilidade, recuperação de pastagens e muito mais. A Inovação está no DNA dos produtos da Syngenta. Na verdade, em tudo o que a gente faz”.

**Juan Pablo Llobet,**  
Presidente da Syngenta Proteção de Cultivos  
no Brasil e América Latina



André Pozza, Diretor de Marketing da Syngenta.

acrescenta que a iniciativa representa os objetivos da empresa de gerar e levar inovações aos agricultores. “A Synap complementa todo o trabalho que faze-

mos com os parceiros estratégicos, distribuidores e cooperativas. Precisamos sempre dessas sinergias para a inovação verdadeira chegar até o produtor. É o nosso objetivo simples e básico. Garantir presença, conseguir chegar ao parceiro. Acreditamos muito nos relacionamentos. Respeitamos isso e valorizamos”, acrescentou Llobet.

“É a coroação de um trabalho de mais de três anos. Construído para evitarmos diferentes visões sobre os nossos negócios. A Synap garante só que tenhamos um nome comum a todas elas, para estarmos mais ligados aos agricultores e concentrar todas as lojas da Plataforma Comercial da Syngenta fechadas em uma só família”, conclui André Pozza, Diretor de Marketing da Syngenta. **AR**



A Synap fez um evento fantástico no lançamento da plataforma. Parabéns pelo arrojo, coragem, empreendedorismo. Somos parceiros dessa nova iniciativa. Os canais são os grandes parceiros para chegarmos ao cliente final. São mais de 23 mil propriedades, fazendeiros. Sem a utilização de canais como a Synap não teríamos como chegar a posição de líder nas safras, no Brasil e no mundo. Fazendo a fusão de duas equipes fantásticas, que sabem aportar valor no campo, com boa gestão de risco e soluções, para que sejamos bem sucedidos e alcancemos safras recordes”.

**Eduardo Monteiro,**  
Vice-presidente da Mosaic Fertilizantes



A Synap é composta por distribuidores que são associados da Andav. E é ótimo fazermos parte desse momento e estarmos avançando cada vez mais ao lado do distribuidor brasileiro”.

**Paulo Tibúrcio,**  
Presidente Executivo  
da ANDAV

#### A HOLDING SYNAP

- # Integra mais de 68 unidades | Regiões Norte, Sul e Centro-Oeste do Brasil
- # Soma 25 milhões de hectares atendidos | 350 consultores comerciais dedicados
- # Atenção às demandas de agricultores de todos os portes e lavouras de diversos cultivos

#### AS ÂNCORAS SYNAP

- # Atua Agro: 45 lojas
- # Dipagro: 13 lojas
- # Agro Jangada: 13 lojas
- # Agrocerrado: 8 lojas



# Sinergia de forças conectando o agronegócio

A Synap é a plataforma da Syngenta que conecta o agronegócio. Formada por empresas independentes que em sinergia oferecem múltiplas soluções para o sucesso do agricultor.

**Synap. Somos inovação, transformação e conexão.**



**synap**

Syngenta Agriculture Platform

Maximize a saúde e produtividade do seu rebanho durante a época de seca, invista em suplementação mineral proteica de qualidade garantida.



**A SOLUÇÃO INTELIGENTE PARA TER LUCRO CERTO.**

**+Bezerros**

**+Carne**  
Pasto  
Confinamento



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



[f](https://www.facebook.com/grupomatsuda) [@](https://www.instagram.com/grupomatsuda) [y](https://www.youtube.com/grupomatsuda) /grupomatsuda  
[www.matsuda.com.br](http://www.matsuda.com.br)

DESDE 1944  
**MATSUDA**

**75**  
ANOS

# FALANDO *de* Bichos

Nº 16  
AR99

TUDO DE PET. TUDO DE BOM.



# Petiatras leva amor

## E ALEGRIA A PACIENTES EM INSTITUIÇÕES

**Dia Mundial do Gato é marcado por alertas importantes sobre a saúde e os cuidados com os felinos**

Criado em 2016 por um grupo de voluntários, em Londrina, no Paraná, o projeto Petiatras leva momentos de alegria através da interação com cães a pessoas que são atendidas em instituições. São ambientes onde isso faz toda a diferença. É assim na ONG Viver, que assiste crianças atendidas pelo Hospital do Câncer de Londrina, e também no Cense (Centros de Socioeducação e Casas de Semiliberdade), onde adolescentes cumprem medidas socioeducativas. Nesses locais, a presença dos cães terapeutas proporciona instantes de alívio, afetividade e restauro.

O projeto também faz esse trabalho no Hospital Infantil, no Hospital do Câncer, e no CAPS (Centro de Atenção Psicossocial). Em todos esses locais, o contato com os animais muda a rotina difícil enfrentada pelas pessoas e é capaz de melhorar até mesmo sinais vitais de pacientes e gerar bem-estar. É um recurso terapêutico que vem sendo comprovado pela ciência e pelas experiências no Brasil e no mundo. Abraçar um cão ou qualquer outro pet, desde que aprovado como terapeuta, faz bem para a saúde de um modo geral.

À frente do Petiatras está a jornalista e voluntária Carolina Thomaz de Aquino, que foi uma das suas idealizadoras. O voluntariado, aliás, está na base do projeto. A equipe conta com sete voluntários e 8 cães terapeutas. Todos passam por uma triagem, coordenada



Garoto interage com cão do projeto no Hospital Infantil de Londrina.

por Carolina e feita nas instituições atendidas. Nelas é avaliado se o tutor se identifica com a iniciativa e se o animal tem perfil para o trabalho. “O cão deve ser castrado, ter recebido todas as vacinas e estar com a saúde em dia. E não pode demarcar território (fazendo xixi ou cocô nas dependências da entidade)”, explica a coordenadora.

Como o projeto não possui um responsável técnico próprio, o tutor deve apresentar uma avaliação do veterinário que atende o pet, atestando que ele está bem de saúde, com as

vacinas, vermifugação e antiparasitário em dia. O cão também deve ser dócil com pessoas e animais; não pode ser daqueles que latem para tudo.

Carolina explica que os tutores precisam ter empatia com as instituições parceiras do projeto. “Avaliamos a vontade dos candidatos de se comprometer com um projeto social.” Todos esses cuidados são importantes para que o trabalho possa ser feito da melhor forma possível junto ao público, que tem perfis diferentes e podem estar em situações delicadas.



“Nessas triagens, eu sempre acompanho no primeiro mês e até mais, no segundo mês, quando é possível. Esse ano eu decidi que vou fazer triagem quase todos os meses, porque eu quero ampliar os atendimentos. Tem um monte de instituição que procura nosso projeto e não conseguimos atender. Por isso estou fazendo esse processo de triagem com mais regularidade”, diz.

“Existem também muitas situações em que o tutor tem muita vontade de participar, mas a gente vê que é nítido que o animal está assustado, com medo. Têm os sinais corporais que os cães apresentam de que não estão confortáveis. Então, o tutor tem muita vontade, mas não é possível. Não é correto insistir se isso pode fazer mal para o pet”, acrescenta.

Carolina explica que foi graças ao amor que sempre recebeu da Zara, uma Golden Retriever adotada por ela, que acabou se tornando uma voluntária no projeto. Foi num encontro de Golden Retrievers, raça conhecida exatamente por ser muito dócil e amorosa, que ela e outras participantes tiveram a ideia de promover as visitas. Os primeiros locais visitados foram o Hospital Universitário de Londrina e a ONG Viver. “Eu vi que poderia chegar com ela em outros lugares, até outras pessoas”, conta. 🐾

“Acredito que doar um pouco do nosso tempo para pessoas que não conhecemos, cujas histórias não sabemos quais são, faz toda a diferença. Por eu gostar de histórias diferentes, por ser jornalista e gostar de contar histórias, essa iniciativa me atraiu muito. Gosto de estar com as pessoas, de ver que elas ficam felizes quando a Zara chega. Faz muita diferença na minha vida.”



Carolina (de camiseta azul) e equipe durante visita ao CAPS Adulto.

# Indústria pet cresce

## MAS TRIBUTAÇÃO ALTA DA PETFOOD COBRA SEU PREÇO

**Presidente da Abinpet afirma que o setor espera crescer entre 7% e 9% este ano, depois de três anos de forte expansão**

**D**epois de mais um ano com números em forte crescimento, puxado ainda pelos efeitos da pandemia no comportamento e no interesse dos tutores, a indústria pet deverá ter em 2023 igualmente positivo, mas com números mais modestos. No ano passado, os segmentos de petcare, petvet e petfood tiveram um faturamento de R\$ 41,9 bilhões. Uma alta de 17,2% sobre o ano anterior, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação, a Abinpet.

O setor como um todo, incluindo o varejo e o segmento de serviços e comércio de animais, movimentou R\$ 60,2 bilhões, com o crescimento na casa dos 17%. “É importante destacar que a indústria representa mais de 70% do faturamento do setor. O restante vem do comércio de animais e da área de serviços, que hoje é significativo”, pontua o presidente da Abinpet, José Edson Galvão de França.

O Brasil tem atualmente, na estimativa da Associação, cerca de 40 mil petshops, com mais de 30 redes de lojas. A maior parte dessas redes possui apenas 10 ou 20 unidades cada, com uma minoria tendo grande número de lojas. Cerca de 40% do que a indústria produz chega ao mercado passando pelos distribuidores. Já as vendas diretas ao varejo respondem pelos demais 60%, incluindo as petshops e as agrolojas, principalmente os médios e pequenos estabelecimentos. “A grande maioria está nas lojas de bairros e nas pequenas redes”, afirma.

França acrescenta que o setor teve três anos seguidos de bons resultados, de crescimento expressivo – 2020, 2021 e 2022 –, que foi o período mais agudo da pandemia do coronavírus. E isso apesar dos problemas sérios com os custos altos da matéria-prima para a indústria. A expectativa agora, para 2023, é de que o crescimento se mantenha, mas em índices abaixo de dois dígitos. Alto entre 7% e 9%, diz França. Com a pandemia praticamente extinta, um novo normal se desenha no Brasil e no mundo. E nesse cenário, uma questão predomina no radar da

Abinpet, a alta – altíssima – tributação sobre os alimentos para os pets no país. Essa tem sido uma preocupação da entidade ao longo dos anos, sem que até agora tenha ocorrido qualquer avanço.

A carga tributária sobre as chamadas petfoods é de 54,2%, ou seja, mais da metade do valor pago pelo tutor quando compra a ração para o seu animal é de impostos. Em outros países com cargas elevadas, como a Itália, a tributação chega a 22%. Em seguida vem o Reino Unido (20%), China (17%) e Alemanha.



nha (7%). Nos Estados Unidos, os impostos representam apenas 6,6% do valor dos alimentos para os pets.

A origem de uma tributação tão alta está na interpretação, colocada em lei, de que as petfoods são produtos supérfluos ou equivalentes, como são os cigarros e as bebidas alcoólicas. “Essa interpretação vai completamente no sentido contrário à realidade, porque petfood é essencial”, reforça o presidente da Associação. “Em cada real que vendemos de ração pet, mais de 50 centavos vão para os impostos, como IPI, ICMS, Pis Cofins e todos os outros. A petfood é o único produto essencial que ainda paga IPI.”


A entidade está mobilizada para colocar na agenda do governo federal a discussão sobre a carga excessiva sobre o comércio de alimentos pet. E espera ter apoio da população para corrigir essa distorção, em especial dos

donos de animais da companhia. A tributação maior sobre cigarro e bebidas alcoólicas tem um caráter punitivo ou desestimulador por questão de saúde pública. “Agora, alimento, não importa se é para animal ou humano, é algo completamente diferente.

Essa sobrecarga de impostos é uma jabuticaba brasileira”, argumenta França.

A pauta da Abinpet inclui uma outra preocupação do segmento, desta vez ligada ao Legislativo, que o presidente da entidade define como criminalização do animal de estimação. “Existem projetos que já tramitaram na Câmara, e que podem voltar, que mudam o Ar-

tigo 87 do Código Civil Brasileiro, dando personalidade jurídica para os animais”, explica.

Se aprovada a alteração, por exemplo, parte dos bens deixados pelo tutor poderá ser destinada, via ação judicial movida por algum advogado, ao animal de estimação desse tutor. “Isso não existem em país nenhum do mundo”, ressalta. Trata-se de um instrumento jurídico que, ao invés de proteger ou beneficiar os pets, pode se transformar num desestímulo para quem quer ter um animal de companhia. Esse é, para a Abinpet, um ponto bastante crítico e preocupante. “Se passar para os animais de estimação, passa para todos”, diz França, se referindo aos animais de trabalho e produção. 



# Librela<sup>®</sup> o anticorpo

## MONOCLONAL DA ZOETIS QUE INIBE A DOR DA OSTEOARTRITE EM CÃES

**Apresentação do novo medicamento contou com duas palestras do veterinário britânico Dunca Lascelles**

A Zoetis apresentou o seu mais novo lançamento no setor de animais de companhia, o anticorpo monoclonal Librela<sup>®</sup>, que inibe a dor da osteoartrite em cães. A apresentação foi feita no Teatro Renault, em São Paulo. O renomado médico-veterinário e pes-

quisador Duncan Lascelles participou do evento com duas apresentações sobre o impacto da osteoartrite no bem-estar dos cães e como Librela<sup>®</sup> é eficaz no controle das dores relacionadas à doença.

Na primeira apresentação, Lascelles falou sobre como o NGF (fator de crescimento neural) é responsável por causar as dores relacionadas à osteoartrite em cães. O britânico ainda destacou que o diagnóstico precoce é um importante aliado no combate a osteoartrite, doença que não tem cura. O especialista ressaltou que os tutores devem se atentar se o seu animal de estimação apresenta dificuldades de locomoção, em descer ou subir escadas, entre outros.


Em sua segunda palestra, Lascelles apresentou um estudo em que mostra como Librela<sup>®</sup> é eficaz para inibir as dores da osteoartrite em cães. O anticorpo monoclonal da Zoetis é o primeiro no Brasil que atua no bloqueio do NGF, retardando a progressão da doença, combatendo a dor dos pets.

Os anticorpos monoclonais são proteínas produzidas em laboratório por um único clone, sendo idênticos em relação às suas propriedades físico-

-químicas e biológicas. Por não ter metabolização hepática ou renal, o uso dessas terapias se diferencia de outros fármacos tradicionais apresentando menos efeitos colaterais para os pacientes.

A Zoetis, empresa líder em saúde animal, é a única a possuir terapias com anticorpos monoclonais em seu portfólio para animais de companhia. “O lançamento de Librela<sup>®</sup> é um marco no setor e irá revolucionar o tratamento da dor relacionada à osteoartrite”, disse a médica-veterinária e Gerente de Produto da Zoetis, Emilene Prudente.

Osteoartrite – Silenciosa, progressiva e incurável, a osteoartrite pode acometer cães de todas as idades, raças e tamanhos. “A osteoartrite afeta 4 a cada 10 cães, causa dores fortes, que os incapacitam de realizar atividades diárias como andar, brincar e correr”, explica Emilene.

Como qualquer outra doença, o diagnóstico precoce é essencial e um aliado no combate a evolução dos sintomas. Por esta razão, os tutores precisam se atentar a qualquer mudança de comportamento do seu pet. “O médico-veterinário deve ser consultado para avaliar o quadro do animal e estabelecer o tratamento mais indicado”, explica Emilene. 



# Minerais proteínados

## REFORÇAM O CRESCIMENTO SAUDÁVEL DOS PETS

**Estudo da Universidade Federal de Lavras em parceria com a Alltech comprovou melhora no desenvolvimento dos animais**

**E**studo realizado pelo Departamento de Zootecnia da Universidade Federal de Lavras (UFLA), em Minas Gerais, em parceria com a Alltech, comprovou os benefícios do uso de alimentos para pets baseados exclusivamente em minerais proteínados, quando comparados com outras fontes de minerais, como os inorgânicos. Proteínados são minerais orgânicos com elevada estabilidade e disponibilidade, de fácil absorção pelos animais.

Segundo o experimento, feito com 30 gatos filhotes saudáveis durante 20 semanas, um gato em crescimento que recebe até 40% da suplementação recomendada pelo NRC (Nutritional Research Council) de microminerais de fonte orgânica, no caso o Bioplex® TR Se Gatos, têm a mesma performance (taxa de crescimento, parâmetros hematólogicos e metabólicos) que um animal suplementado com 100% do nível sugerido pelo NRC de inorgânicos.

O trabalho da UFLA apontou ainda que o desenvolvimento dos animais melhora à medida que se aumenta a proporção de minerais proteínados na dieta. Com 60% da suplementação recomendada pelo NRC, já se observa: maximização da qualidade da pele e pelagem (mais brilhante e com menos queda), potencialização do metabolismo, rapidez no crescimento, fortalecimento das articulações e prevenção de doenças.


“Os minerais proteínados são mais biodisponíveis, ampliam o aproveitamento de nutrientes, reduzem a excreção no meio ambiente e otimizam o desenvolvimento do animal a um custo acessível, já que apresentam resultados mais expressivos com níveis bem menores que outras fontes minerais. São soluções inteligentes e sustentáveis, que melhoram a qualidade de vida dos animais e diminuem o impacto ambiental”, destaca o gerente de vendas da Alltech para a indústria pet food, Rafael França.

Alimentos para cães e gatos formulados com minerais proteínados são tendência em um mercado bem aquecido. Em 2022, a produção de ração para animais de estimação na América Latina ampliou 19,2%, a maior alta setorial verificada na pesquisa global “Perspectivas do Setor Agroalimentar 2023”, da Alltech. Até 2026, a projeção da Euromonitor é que o mercado pet food cresça 7% ao ano na América Latina. Nesse cenário, relatório da consultoria de mercado FMCG Gurus revela que mais de 42% dos donos de pets desejam adquirir alimentos com ingredientes de origem sustentável.

Com a visão de um Planeta de Abundância, a Alltech acredita no papel do agronegócio para moldar o futuro do planeta. Por isso, investe em pesquisas científicas e desenvolve soluções tecnológicas inovadoras. Zinco, cobre, manganês, ferro, cobalto, iodo e selênio

são alguns dos minerais utilizados pela empresa, que oferece produtos tanto separados como em packs (com mais de um mineral ou com outros aditivos adicionados) para atender as necessidades dos fabricantes de alimentos para pets.

O blend de minerais completo, chamado Bioplex TR Se, contém zinco, selênio, manganês, cobre, ferro, iodo e cromo. “Cada um desses nutrientes age no organismo animal para maximizar a imunidade e desenvolvimento dos pets; o selênio, por exemplo, é um componente importante para a função antioxidante celular e que contribui para potencializar a longevidade”, aponta Rafael França.

A linha de soluções nutricionais da empresa para pet food inclui: Mycosorb A+, Actigen, Nupro e Sel-Plex. Fundada em 1980 pelo empresário e cientista irlandês Dr. Pearse Lyons, a Alltech oferece tecnologias inteligentes e sustentáveis para o agronegócio. As soluções da Alltech melhoram a saúde e a nutrição de plantas e animais, oferecendo como resultado produtos mais nutritivos, assim como um menor impacto ao meio ambiente. 



# Nova safra recorde e o papel da Distribuição

Como atender as diferentes necessidades de produtores em mais um plantio histórico do verão 2023 - 2024



Diversos fatores fizeram com que o Agro brasileiro tivesse um crescimento acelerado nos últimos anos, não somente em termos de produção, mas também de visibilidade mundial devido à alta relevância na garantia da segurança alimentar global. Frente a isso, o abastecimento de insumos agropecuários a produtores brasileiros é um fator determinante para a garantia da produção da safra recorde que se espera em 2023/24. A distribuição de insumos agropecuários no Brasil passou por grandes mudanças nos últimos anos, com acelerada consolidação. Movimento esse que ocorreu para equilibrar o poder de barganha na cadeia, frente à consolidação de indústrias, e o interesse de novos players em atuar com a distribuição: fundos de investimentos formando grandes plataformas de distribuição através da aquisição de revendas; indústrias e tradings verticalizando sua atuação e adquirindo revendas ou abrindo lojas próprias, além do surgimento de novas revendas com um nicho de atuação específica e relevante na cadeia. Além da

garantia de oferta dos insumos citada anteriormente, onde cerca de 70% (média nacional) do acesso ao mercado brasileiro de insumos é realizado via distribuidores (como revendas e cooperativas, por exemplo), essas empresas possuem papel fundamental no suporte ao agricultor. Diferente de outros países, como os EUA, distribuidores com atuação nacional possuem função muito importante de financiamento da operação agrícola de produtores através do fornecimento de crédito com diferentes modalidades, além de garantir a logística de escoamento de produtos, assistência técnica, serviços e demais ofertas de soluções em seus portfólios.

Frente a toda essa dinâmica de atuação do mercado, a distribuição em conjunto com fornecedores parceiros possui ainda papel fundamental no desenvolvimento de mercado por meio de ações de geração de demanda, a fim de levar novos produtos e soluções ao produtor brasileiro, visando o aumento de produtividade. Essa integração faz com que pesados investimentos em

P & D cheguem ao campo, trazendo melhores resultados na cadeia como um todo e, conseqüentemente, provocando o aumento de produção desejado por produtores. Tendo em vista a relevância que a distribuição possui, atualmente, no Agronegócio brasileiro, há certas tendências que devem ser consideradas na construção de uma estratégia assertiva dos canais: consolidação de indústrias e revendas; maior competitividade no setor; margens mais apertadas; mudanças no perfil do agricultor e no comportamento de compra e transformação digital. Esse novo cenário da distribuição de insumos exige que as empresas tenham melhores resultados, através do ganho de eficiência operacional. Para melhorar índices de eficiência operacional, algumas ações devem ser endereçadas em iniciativas internas, tais como: buscar ganho de escala para diluição de custos fixos; revisar modelos de remuneração da equipe comercial, com base em resultados, e não somente em volumes comercializados; adoção de ferramentas gerenciais para melhor controle de informações de clientes (CRM); otimização logística com a roteirização de cargas; revisão de estratégias de captação de recursos financeiros e compra de insumos e revisão/ estruturação de processos atuais (OTCD) para maior agilidade de entregas e resolução de problemas. Além das iniciativas internas citadas, a gestão de clientes tem se mostrado cada vez mais necessária para o sucesso comercial. Distribuidores devem ter clareza sobre indicadores de desempenho que demonstram evolução na gestão interna e realizar

mapeamento de oportunidades de melhorias para adequação da estratégia ao decorrer da safra. Para uma gestão efetiva de clientes, temas como segmentação de clientes baseada em KPIs pré estabelecidos (potencial e acesso a mercado, participação no cliente e market share), modelo de atendimento diferenciado por segmento e oferta personalizada têm sido necessários para um bom desempenho e diferenciação de distribuidores. Além disso, uma visão de carteira clara permite ao distribuidor uma tomada de decisão estratégica baseada em Inteligência Comercial. O planejamento comercial das empresas é um processo cíclico e contínuo, que deve ser atualizado com dados e informações periodicamente, garantindo maior assertividade no direcionamento da equipe e no desenvolvimento de iniciativas estratégicas e ações. Assim, ferramentas como CRM são fundamentais para o gerenciamento do relacionamento com clientes. Já do ponto de vista interno, vale destacar o desafio de pessoas, com rotatividade de colaboradores contribuindo com a dificuldade de uma boa gestão de informações de clientes. Nesses casos, informações que estão apenas na “cabeça” do colaborador e não estejam sistematizadas, são facilmente perdidas ou subaproveitadas, o que reforça a necessidade de estruturação de processos, padrões e ferramentas. Outro ponto muito relevante no contexto atual é a transformação digital, pelo avanço rápido da tecnologia, e os impactos na cadeia como um todo. De fato, o digital passou a compor parte importante dos esforços e investimentos realizados pelos diferentes agentes do Agro, estando cada vez mais presente do dia a dia do distribuidor, seja em iniciativas internas (melhorias/automações de processos) em busca de maior eficiência, seja na interação e oferta de produtos e servi-

ços a clientes como, por exemplo, serviços digitais de manejo, plataformas de interação com distribuidores (cotações, notícias, histórico de compras, etc.) e até mesmo no e-commerce para compra e venda de insumos ou commodities. Um desafio que distribuidores enfrentaram nesses últimos anos foi a gestão dos estoques de produtos, agravado ainda pela pandemia, que afetou a oferta e demanda em âmbito mundial. Para mitigação de riscos frente aos estoques de produtos (seja por falta ou excesso), é fundamental que o processo de supply/compras esteja intimamente ligado ao planejamento comercial/marketing e à atuação no campo, garantindo assertividade entre o planejado vs. o realizado. Além disso, boas práticas de armazenagem e um criterioso processo de recebimento e entrega (como conceito FIFO “First In, First Out”) são fundamentais para uma boa gestão. Um desafio ainda maior para grandes distribuidores com alta complexidade nas redes de armazenagem e distribuição, com grandes oportunidades de ganhos de eficiência. Os últimos dois anos mostraram quão imprevisíveis são as variáveis externas (além da pandemia, a guerra da Rússia com a Ucrânia) e que afetaram diretamente cadeias de suprimentos e preços de fertilizantes no Brasil. Por outro lado, os preços das commodities se mantiveram altos e atrativos ao produtor, ainda que com aumento de custos. Isso teve um impacto no comportamento de compra e venda do produtor, ponderando cada vez mais as oportunidades de an-

teciar ou até postergar compra de insumos e a venda de grãos, de olho nos melhores momentos. Tal cenário traz ainda mais relevância para o papel do distribuidor em informar, capacitar e oferecer ferramentas de apoio à tomada de decisão, seja na compra de insumos, seja na comercialização (barter ou contratos futuros, por exemplo). Diante de todo esse cenário, é evidente o tamanho da oportunidade que se apresenta aos distribuidores de insumos para alavancar eficiência operacional e diferenciação nos modelos de atendimento aos produtores, investindo na estruturação de processos, ferramentas e iniciativas digitais, cumprindo seu papel de levar resultado e segurança aos produtores. **AR**

#### Elio Galli Neto

Sócio da Markestrat Group, especialista em Inteligência Competitiva, graduado em Administração de Empresas.

#### Pedro Galvão Caserta

Consultor Associado na Markestrat Group, graduado em Administração de Empresas.



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](http://www.markestrat.com.br)  
**Tel.:** (16) 3456.5555 / (11) 3034.3316

## DISTRIBUIÇÃO

**#Cerca de 70% (média nacional) do acesso ao mercado brasileiro de insumos é realizado via distribuidores (como revendas e cooperativas, por exemplo), essas empresas possuem papel fundamental no suporte ao agricultor.**

**# É fundamental que o processo de supply/compras esteja intimamente ligado ao planejamento comercial/marketing e à atuação no campo.**

# Profissionais qualificados!

Como superar o desafio de encontrar os melhores colaboradores no mercado

**E**m nossas andanças pelo Brasil, nos projetos de consultorias e dando aulas de MBA, é bastante comum ouvirmos das lideranças atuais do Agronegócio, que atuam na distribuição de insumos (Indústria, Revendas e Cooperativas Agrícolas), nas fazendas, nas tradings, nas usinas e demais elos da cadeia produtiva, que um dos fatores que ameaçam a sustentabilidade do seu negócio é a falta de mão de obra e profissionais qualificados no mercado. A maioria relata o quanto há desconexão e defasagem entre a qualidade dos profissionais formados e as competências demandadas pelo mercado de trabalho. “Profissionais recém-formados chegando aqui na empresa sabendo pouco de teorias, e quase nada de prática. O mercado está competitivo, mudando e evoluindo muito rápido. A cada dia surgem ferramentas novas, sistemas de gestão, softwares de agricultura de precisão, ferramentas de gestão de clientes (CRM), análise de crédito, ferramentas de Business Analytics e inteligência de mercado, entre outras, que servem para nos ajudar a administrar melhor o nosso negócio e o negócio dos nossos clientes, os produtores rurais. É complicado encontrar profissionais competentes e qualificados para nos ajudar com esses novos desafios. E que saibam se comunicar e se relacionar bem com os clientes e colegas de trabalho”.

Você, Agrodistribuidor, também enfrenta esse desafio? Acompanhe conosco aqui três formas de resolver isso.

## **APERFEIÇOE O PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO DE PESSOAS**

Estar presente nas redes sociais, principalmente LinkedIn e Instagram, com-



partilhar o propósito, valores e cultura da empresa, são estratégias que têm ajudado gestores e o departamento de Recursos Humanos a aumentarem a visibilidade da empresa e atraírem mais candidatos para os processos seletivos. De acordo com as pesquisas, 9 em cada 10 pessoas são contratadas ou promovidas nas empresas pelo nível de conhecimento técnico (formação acadêmica e experiências) e depois demitidas por questões comportamentais (falta de inteligência emocional e de autocontrole, má gestão do tempo e prazos, resistência a mudanças, comunicação agressiva, dificuldade de trabalho em equipe, entre outras). Análise de currículo, entrevista e testes práticos de conhecimento técnico, somente, já não são suficientes para ter êxito no processo seletivo. Incorporar mapeamentos de perfil comportamental (assessments), dinâmicas de grupo e desafios são essenciais para avaliar se os candidatos têm as competências comportamentais necessárias para a vaga/função. Para a área comercial, por exemplo, é crucial buscarmos candidatos que tenham perfil de alta dominância, com foco em resultado, proativo, dinâmico e alta influência, que saiba se comunicar bem e tenha alta capacidade de persuasão.

## **AUMENTE BENEFÍCIOS E INCENTIVOS PARA RETER TALENTOS**

Costumamos escutar também gestores atuais do Agronegócio lamentando quando bons profissionais, ou 'meu braço direito' pedem demissão e mudam de emprego. Já parou para refletir sobre as causas que levam as pessoas a se desmotivarem e pedirem demissão? A maioria das pesquisas indica que os principais motivos são: falta de reconhecimento e conexão com o propósito da empresa, estagnação da função e falta de oportunidade de crescimento e novos desafios, políticas internas ultrapassadas, gestor que não escuta e não apoia, clima organizacional rodeado por tensão e medo, falta de autonomia e flexibilidade, equilíbrio entre vida profissional e pessoal, falta de visão em relação a plano de carreira e desenvolvimento, e insatisfação com a remuneração. Ou seja, é importante estar atento às necessidades das pessoas e conhecer bem os seus colaboradores para criar um Programa de Benefícios e Incentivos assertivo e completo, além dos mais comuns, como plano de saúde, plano odontológico, vale alimentação e combustível, etc. Essas necessidades, quando supridas,


levam os talentos a se sentirem reconhecidos e valorizados pela sua dedicação e realizados profissionalmente, e a resposta tende a ser maior fidelidade e engajamento em trabalhar para levar a empresa a patamares mais elevados.

## **INVISTA NA FORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DAS PESSOAS**

Sim, é verdade, o mercado está carente de bons profissionais. No entanto, de nada adianta ficar repetindo essa fala. Se não fizermos nada, essa realidade não vai mudar e a tendência é piorar daqui para frente. Nós, as empresas, precisamos assumir um papel mais ativo na formação de profissionais qualificados. Por exemplo, desenvolvendo Programas de Estágio e Trainee em parceria com Instituições de Ensino, dando oportunidade aos estudantes de aplicarem na prática os conhecimentos vistos em sala de aula, tenham experiência direta no dia a dia de trabalho para errarem e aprenderem com os erros, aprenderem a respeitar a hierarquia e os diferentes pontos de vista, a trabalhar em equipe, entre outras habilidades que são imprescindíveis para ter sucesso no mercado hoje. Outra forma de minimizar essa ameaça é investir em treinamento e desenvolvimento, principalmente para Líderes. Estar num cargo/posição de Gestão e Liderança, não necessariamente significa que o profissional é um bom Gestor e Líder. Em geral, o que ocorre nos Distribuidores Agro é a promoção do Consultor de Vendas a Gerente de Filial devido ao alto faturamento que ele trouxe para o negócio e seu nível de conhecimento técnico. No entanto, é comum acontecer deste profissional não performar como Líder. E, muitas vezes, acabar sendo 'promovido para o mercado', o que faz a empresa acabar perdendo duas vezes. O Gerente desqualificado e

o bom Consultor de Vendas. Além do conhecimento e das habilidades técnicas para apresentar alta performance como líder de equipe, os Gestores necessitam ter bem desenvolvidas as habilidades comportamentais, as chamadas soft skills. Destacando alguns exemplos: a inteligência emocional para lidar com momentos de tensão, adversidade e pressão. Visão sistêmica da empresa para saber lidar quando um Consultor de Vendas não quer cumprir o processo de análise de crédito e solicitar as documentações necessárias para o cliente. Comunicação assertiva na hora delegar uma tarefa, dar um feedback de modo adequado, inspirar e motivar os membros da equipe, entre outras. É de líderes com soft skills bem desenvolvidas que as pessoas querem estar próximas.

Diante desses desafios, surge a Harven Agribusiness School, uma solução de ensino aplicado e global que vem de Empresários do Agro desenhada para formar Talentos para o Agro. Uma parceria entre a Markestrat Agribusiness, empresa de Projetos de Consultoria, Inteligência de Mercado e Educação Corporativa voltada para o mercado Agro, e o Grupo SEB, um dos maiores grupos de educação do País. Inovadora e alinhada às necessidades do mercado, a Harven terá cinco propostas de profissionalização e imersão no Agronegócio: Graduações, Pós-Graduações, Programas In Company, Plataformas Digitais e Intercâmbios. Os Programas In Company são a continuidade do trabalho exercido nos últimos 20 anos pela Markestrat Agribusiness e estão em andamento, atendendo de forma customizada às necessidades das empresas do Agro. Em 2024, serão iniciados dois cursos de Graduação (Administração com foco em negócios agroindustriais e Engenharia de Produ-

ção voltada para tecnologia do agronegócio), bem como Pós-graduações e especializações presenciais e virtuais, intercâmbios e plataforma de assinaturas digitais. Para tanto, a Harven conta com a expertise internacional da Markestrat Agribusiness, que já prestou serviços para mais de 450 companhias em 30 países. Agribusiness e estão em andamento, atendendo de forma customizada às necessidades das empresas do Agro. Em 2024, serão iniciados dois cursos de Graduação (Administração com foco em negócios agroindustriais e Engenharia de Produção voltada para tecnologia do agronegócio), bem como Pós-graduações e especializações presenciais e virtuais, intercâmbios e plataforma de assinaturas digitais. Para tanto, a Harven conta com a expertise internacional da Markestrat Agribusiness, que já prestou serviços para mais de 450 companhias em 30 países. 

---

### **Roberto Fava Scare**

CEO da Harven Agribusiness School e Sócio fundador da Markestrat Agribusiness

### **Julia Cavalheri Tittoto**

Coordenadora do Curso de Graduação em Administração da Harven Agribusiness School e Consultora da Markestrat Agribusiness

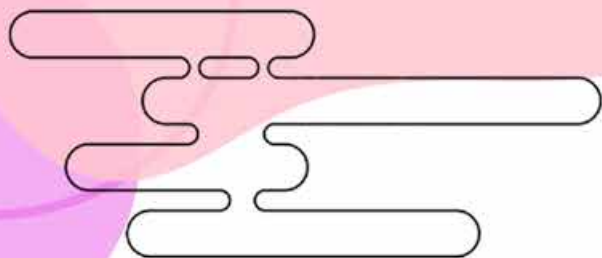


A Markestrat é uma organização que desenvolve consultoria, pesquisa e treinamento em estratégia e busca a geração e a difusão de conhecimento sobre o agronegócio brasileiro.

**Site:** [www.markestrat.com.br](http://www.markestrat.com.br)  
**Tel.:** (16) 3456.5555 / (11) 3034.3316

# QUER MOTIVAR DE VERDADE SEUS COLABORADORES?

## RECALCULE CONOSCO!



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

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

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

# Agr<sup>o</sup>Cooperativas

O melhor das Cooperativas Brasileiras

Coops atuam como porta de entrada para a indústria de insumos chegar ao produtor

nº09  
AR99



# A grande parceria

Cooperativas atuam como porta de entrada para a indústria de insumos chegar ao produtor na fazenda

“ Não abriremos lojas próprias. Nosso intuito é realmente consolidar nossa parceria com as cooperativas e com os nossos clientes.”

**Nathalia Resende,**  
Corteva



Dentro de um cenário de transformações rápidas como é o da distribuição de insumos no Brasil, as cooperativas figuram como um player chave para a ligação entre a indústria e o produtor na ponta, na fazenda. “As cooperativas são grandes parceiros da indústria, são a ponte com o agricultor”, resume Nathalia Resende, que é gerente de Marketing de Campo para Cooperativas e Canais de Distribuição da Corteva Agriscience no Paraná. Ela fala com propriedade. A base de atuação de Nathalia abriga uma parcela respeitável das maiores cooperativas do agro brasileiro.

“Através das cooperativas é que os nossos representantes conseguem ter acesso a esses agricultores”, diz, acrescentando que o produtor cooperado é extremamente fidelizado. Através desse relacionamento, a indústria consegue fazer chegar até o agricultor as inovações aplicadas ao campo em forma de produtos e tecnologias. “Essa é uma relação mútua. A indústria precisa desse mecanismo e os cooperados precisam das soluções”, explica Nathalia.

Essa relação deu origem ao projeto Escala, criado pela Corteva há dois anos e destinado exclusivamente às

cooperativas. A empresa identificou a necessidade de ter um atendimento personalizado para as cooperativas. “Temos uma equipe de campo exclusiva para atender as cooperativas em todo o território nacional e também desenvolvemos projetos de capacitação para os técnicos e líderes cooperativistas”, explica Nathalia. Os resultados, segundo ela, têm sido fantásticos.

E essa parceria deve crescer ainda mais, diz ela. “Algumas empresas acabaram adotando um formato de lojas próprias. Isso não é a idealização da Corteva. Não abriremos lojas

próprias. Nosso intuito é realmente consolidar nossa parceria com as cooperativas e com os nossos clientes como um todo. Acreditamos que elas são a ponte, o caminho para acessar esse agricultor. Essa parceria só tende a crescer. Estamos dispostos a isso, construindo uma história junto com as cooperativas, com projetos destinados somente a eles.”

A empresa vai trabalhar para que essa parceria se consolide e cresça ainda mais. “Onde tem cooperativa e tem Corteva, tem também o projeto Escala”, reforça.

### **ADAMA destaca verticalização**

QO gerente de Acesso ao Mercado da ADAMA Brasil, Silvio Andre Biasuz, tem uma relação estreita com o cooperativismo. Formado engenheiro agrônomo há 26 anos, começou sua carreira profissional na Cotrijal, em Não-Me-Toque (RS). Por coincidência, o filho dele, recém-formado engenheiro agrônomo, vai trabalhar pela UNicampo, prestando serviços à ADAMA, na mesma área da cooperativa. “A Expodireto faz parte da minha vida”, diz. Faz parte também da vida da família, já que o avô da esposa dele foi um dos sócios fundadores da Cotrijal.

O vínculo da ADAMA com o cooperativismo também é grande. Biasuz afirma que atualmente em torno de um quinto das vendas da ADAMA é feita através das cooperativas. Das cerca de 130 cooperativas no Sul do Brasil que atuam no comércio de insumos e defensivos, a empresa trabalha diretamente com 90 delas.

As ações voltadas a esse público incluem a participação nas feiras e dias de campo realizados pelas coo-



Silvio Biasuz, da Adama: “Horizonte de crescimento sustentável”

perativas e também iniciativas como as estações meteorológicas, para leitura sobre como o clima está se comportando nas regiões das coops. Mais recentemente, são desenvolvidos trabalhos voltados à sustentabilidade, que envolvem eventos, cursos, treinamentos e conteúdos sobre boas práticas na aplicação de defensivos para equipes e produtores rurais cooperados.

Segundo Biasuz, a participação das cooperativas no mercado de insumos deve crescer, mas de uma forma moderada. Isso porque outros players estão atuando nesse mercado, trazendo mudanças importantes. Os fundos de investimento estão atuando com maior força e a própria indústria está investindo no setor, criando lojas próprias e fazendo vendas nas bases de associados das cooperativas.

“As cooperativas por si só devem continuar crescendo, mas proporcionalmente devem manter sua parcela de mercado.” Atualmente, segundo ele, as coops respondem por mais

de 1/5 do mercado de defensivos, como um todo.

De uma forma global, as cooperativas têm um horizonte de crescimento sustentável, que nunca caiu. Houve épocas, diz ele, em que as coops procuraram se expandir para outras áreas, como no Cerrado e no Nordeste, do Brasil, outras, por sua vez, seguiram sua expansão para áreas mais próximas, como exemplo, passaram a atuar no Mato Grosso do Sul.

Atualmente, as cooperativas investem no processamento e industrialização daquilo que seus associados produzem, num processo de verticalização. As coops do Paraná e do Meio-Oeste de Santa Catarina criaram suas centrais, como por exemplo a Frimesa e a Aurora, respectivamente. “Além da produção de carnes, essas centrais passaram a produzir biodiesel, óleo de soja e outros itens. As cooperativas também passaram a investir em estruturas de armazenamento próprias nos portos, focadas no mercado internacional.”

# “Capacitamos desde o presidente até os balconistas, com ações customizadas para cada público.”

**Guilherme Perroni,**  
Syngenta



## **Aliança pioneira**

Uma parceria entre indústria e cooperativas que se destaca no agro brasileiro é o programa Aliança, da Syngenta. Criado há 23 anos, é uma iniciativa inédita no país, que promove o crescimento mútuo para a Syngenta, as cooperativas e seus cooperados. O programa envolve 100 cooperativas de produção em todo o Brasil e teve papel determinante na implantação de inovações para o agronegócio e no fortalecimento do cooperativismo.

O caderno AgroCoopeRativas mostrou com detalhes, no ano passado, o programa da Syngenta numa reportagem especial sobre o Aliança. Na época, o projeto incluía 78 coops e a previsão era de que esse número seria ampliado. Como foi; agora são 100. E destacou que a sua criação em 1999 foi resultado de uma visão de futuro da empresa, no qual o protagonismo das cooperativas despontava como uma crescente força no século que se iniciava.

O gerente de Marketing Acesso Cooperativas Brasil da Syngenta, Guilherme Perroni, destaca o pioneirismo da empresa em criar um projeto destinado às coops. “Desde lá [no início do programa] seguimos crescendo junto com as cooperativas. Em linhas gerais, capacitamos desde o presidente até os bal-

conistas, com ações customizadas para cada público.”


O foco atual do programa é dar suporte para as coops em dois grandes pilares, que são a fidelização dos cooperados e retenção dos profissionais que trabalham nas cooperativas. Peça chave nessa parceria são as capacitações. A empresa trabalha promovendo encontros, debates e consultorias para os colaboradores e cooperados com suporte de instituições parceiras reconhecidas no Brasil e no exterior.

“Como exemplo disso, em setembro de 2022, levamos 25 destas cooperativas, que participam do Aliança Gestão, para Barcelona com capacitações na “IESE”, uma das mais renomadas escolas de negócio do mundo. Tudo com suporte, planejamento e organização do nosso Centro de Excelência Syngenta, liderada pelos colegas Ana Scagliarini e Marco Cilento”, afirma Perroni.

Na avaliação de Perroni, as cooperativas deverão continuar crescendo e mantendo sua jornada de expansão, com suporte da verticalização e de uma gestão profissional. “As cooperativas são um modelo de negócio colaborativo e sustentável de extrema importância na cadeia produtiva. Elas levam tecnologia,

produtos e serviços, viabilizando a produção agrícola e o desenvolvimento de seus cooperados. Elas moldam a comunidade onde atuam, promovendo um acréscimo na qualidade de vida e bem-estar da sociedade. Além disso, estão em sintonia como uma alternativa para desenvolvimento econômico sustentável, que se refere à responsabilidade ambiental, social e boa governança.”

Perroni também tem uma afinidade especial com o cooperativismo. Assim como Silvio Biasuz, ele também é engenheiro agrônomo e começou sua vida profissional numa coop, no caso dele na extinta Cooperativa de Casa Branca, no interior paulista. “Tenho muito orgulho de estar liderando esse modelo de acesso dentro da Syngenta, pois o sistema cooperativista é altamente sustentável e me identifico muito com ele. As cooperativas estão em plena expansão e desenvolvimento. É um grande desafio, mas temos infinitas oportunidades.”

Essa parceria, segundo ele, sempre foi e será cada vez mais uma grande alavanca para a empresa atingir seus objetivos. “Nossa evolução passa pelo crescimento das nossas cooperativas. Nosso foco é fortalecer cada vez mais essa parceria, gerando juntos valor para todos”, argumenta. 

# CooperCitrus fatura R\$ 9,4 bi em 2022, com crescimento de 19% sobre ano anterior

Cooperativa registrou 255 mil atendimentos em campo, reforçando proximidade com o produtor rural cooperado.

A CooperCitrus – Cooperativa de Produtores Rurais registrou um faturamento de R\$ 9,4 bilhões em 2022, com um crescimento de 19% em relação ao resultado do ano anterior. Os dados referentes ao exercício do ano passado foram apresentados aos cooperados durante a Assembleia Geral Ordinária, realizada no dia 29 de março.


O presidente do Conselho, Matheus Marino, comentou que os frutos positivos são efeitos da estratégia da gestão, frente à conjuntura econômica marcada por desafios. “Apesar do cenário global de elevação da taxa de juros e inflação, guerra na Ucrânia, indisponibilidade e aumento nos preços dos insumos, conseguimos reforçar o nosso propósito de entregar resultados sustentáveis aos cooperados e à so-

cidade. Os resultados são muito bons, com faturamento excepcional. Prezamos pela austeridade financeira de longo prazo do nosso negócio”.

Somente em 2022, a cooperativa realizou 255 mil atendimentos em campo para mais de 30 mil produtores rurais cooperados. Com mais de 400 profissionais qualificados e especialistas de culturas, a cooperativa pôde orientar as melhores práticas de manejo. Através do Campo Digital, mais de 200 profissionais prestaram assistência na aplicação de tecnologias agrícolas e na análise de dados em 9,4 mil atendimentos em toda sua área de atuação.

O CEO da CooperCitrus, Fernando Degobbi, falou sobre a importância da proximidade dos cooperados para os resultados da cooperativa. “Eu participei de muitas assembleias da CooperCitrus, e nessa em especial, o que me deixou bastante motivado foi ver produtores de várias regiões, em grande número. Isso demonstra que o cooperado está mais próximo, quer entender melhor e participar mais da CooperCitrus”. Com total de 38.942 cooperados, a CooperCitrus mantém 160 unidades de negócios em 65 cidades de São Paulo, Minas Gerais e Goiás. Com o objetivo de atender plenamente os produtores rurais, a cooperativa oferece uma ampla variedade de sementes, produtos



para proteção de cultivos, fertilizantes, produtos veterinários, rações, máquinas e implementos agrícolas, tecnologias de agricultura de precisão, projetos de irrigação e energia fotovoltaica. Também atua na orientação técnica, recebimento e comercialização da produção de milho, café e soja. 



Matheus Marino, presidente do Conselho da CooperCitrus: estratégia da gestão



Fernando Degobbi, CEO da cooperativa: proximidade com o cooperado



Cooperativa mantém hoje 115 unidades no Paraná, em Mato Grosso do Sul e São Paulo.

## Cocamar faz 60 anos com recordes e expansão

Cooperativa comemora seis décadas de fundação mostrando forte crescimento e planos de expandir atuação para Mato Grosso e Goiás

A comemoração dos 60 anos de fundação da Cocamar Cooperativa Agroindustrial, no dia 27 de março passado, foi marcada pelos excelentes resultados da organização, que vem conquistando seguidos recordes. Como o de recebimento de soja, que nessa safra deve superar os 2 milhões de toneladas, mais do que 33 milhões de sacas.

Depois de fechar o exercício 2022 com o maior faturamento de sua história, de R\$ 11,1 bilhões, e de distribuir um volume inédito de sobras superior a R\$ 107 milhões no final

do ano passado aos cooperados, a cooperativa segue em sua trajetória consistente de crescimento.

“A safra atual trouxe um novo ânimo, sobretudo depois de ter enfrentado em 2021 uma forte frustração das safras de soja e de milho”, afirma o presidente executivo Divanir Higino, destacando que a Cocamar planeja faturar R\$ 13,7 bilhões em 2023, registrando expansão sustentável em todas as suas áreas.

Praticamente metade da soja recebida é processada em seu parque industrial, situado em Maringá. O óleo de soja, um

dos mais vendidos do país, é o carro-chefe da linha de varejo da cooperativa, que inclui cafés, bebidas à base de soja, néctares de frutas, molhos, farinha de trigo e outros itens. Nos próximos meses, essa lista será acrescida de carne bovina com marca própria.

A organização finaliza detalhes para oferecer aos cooperados a oportunidade de diversificarem seus negócios com a produção de outra proteína animal, peixes, a partir de um modelo inovador que dispensa a construção de represas e se baseia em reservatórios com recirculação de água.

“A inovação permeia a nossa história e é uma marca registrada da Cocamar”, pontua Higino, mencionando o pioneirismo, por exemplo, no sistema de Integração Lavoura-Pecuária-Floresta (ILPF).

São cerca de 20 mil famílias de cooperados que mantêm seus negócios – em especial a produção de grãos – em diversas regiões dos estados do Paraná, São Paulo e Mato Grosso do Sul. “É para eles que trabalhamos, a cooperativa existe para apoiá-los em suas atividades para que obtenham o melhor resultado possível”, comenta.

Nesse sentido, é oferecida uma linha completa de insumos com as marcas de maior prestígio do mercado, que inclui a concessão de máquinas agrícolas John Deere. E, em suas indústrias, a Cocamar produz também fertilizantes foliares e adjuvantes, rações e suplementos minerais.

“Estamos impulsionando a agricultura de precisão, lançando mão das tecnologias mais avançadas, como a conectividade das máquinas e o uso de drones”, explica o presidente, salientando o esforço para o aumento da produtividade das lavouras, o que se

## COCAMAR EM NÚMEROS:

Faturamento 2022	<b>R\$ 11,1 bilhões</b>
Crescimento sobre 2021	<b>15%</b>
Projeção faturamento 2023	<b>R\$ 13,7 bilhões</b>
Recebimento de grãos	<b>2 milhões de toneladas</b>
Unidades	<b>115</b>
Cooperados	<b>20 mil</b>
Funcionários	<b>3,5 mil</b>

dá, também, por meio da promoção de centenas de dias de campo, na soma de todas as regiões, envolvendo empresas parceiras, e a realização do Safratec, importante feira regional organizada pela Cocamar que, tradicionalmente em janeiro, inaugura o calendário técnico.


Nos últimos anos, para turbinar ainda mais seu crescimento, a cooperativa adquiriu diversas estruturas de recebimento de grãos, assim, ampliou de forma exponencial a sua rede de unidades, atualmente ao redor de 115 nos três estados – Paraná, Mato Grosso do Sul e São Paulo – e já avançando também em direção ao Mato Grosso e Goiás.

“Temos muito a comemorar e a agradecer pela confiança e por tantas conquistas”, completa Higino.

### No início, o café

A Cocamar foi fundada em 1963 em Maringá, no Noroeste do Paraná, por um grupo de 46 cafeicultores, num momento em que a atividade enfrentava uma séria crise. Com o passar dos anos, com o fim do ciclo do café no estado, as atividades foram se diversificando e se fortalecendo.

Hoje a cooperativa tem 115 unidades no Paraná, São Paulo e Mato Grosso do Sul. O número de associados está próximo de 20 mil produtores de soja, milho, trigo, café e laranja. O faturamento em 2022 foi 15% maior do que ano anterior. A Cocamar tem uma forte atuação industrial, produzindo bebidas, café torrado, óleos comestíveis, etanol, bioinsumos, ração e suplementos minerais, madeira tratada e têxteis.

A Cocamar é hoje uma das maiores cooperativas agropecuárias brasileira, figurando entre as dez com maiores faturamentos no país. No ranking elaborado pelo caderno AgroCooperativas no ano passado, aparecia como a sétima maior do Brasil. 



Divani Higino, presidente executivo da Cocamar: “Muito a comemorar e agradecer”

# Rally da produção

## Projeto da Cocamar une trabalho técnico e trajetórias de vida no campo

Iniciativa percorre todos os anos 10 mil km para avaliar lavouras e contar a história dos produtores cooperados.



Fim de tarde numa das lavouras visitadas pelo Rally: maratona chega a incluir até três propriedades num único dia

**A** ideia surgiu em 2015, durante discussões do pessoal da área técnica com integrantes da diretoria da Cocamar. A intenção era criar um projeto diferente, que envolvesse a parte técnica, comunicação e relacionamento com os cooperados. Assim nasceu o Rally Cocamar da Produtividade, cujo sucesso pode ser medido tanto pelos resultados que gera quanto pelo número de parceiros envolvidos. E

também por ter realizado oito edições ininterruptas, apesar da pandemia.

A proposta inicial era visitar as propriedades dos cooperados, conversar com eles, avaliar a lavoura e conhecer as boas práticas adotadas, como a conservação do solo, e mostrar também a história do produtor e da família dele. Por isso, o formato de um rally foi o escolhido. A aceitação dos associados foi muito boa.

“Na safra 2015/16, avaliamos: tecnologias para o aumento da produtividade, práticas conservacionistas observadas nas visitas (como plantas de cobertura), integração lavoura-pecuária-floresta (ILPF)”, conta Rogério Recco, um dos idealizadores do projeto e assessor de comunicação da Cocamar. O objetivo, explica Recco, é mostrar como o produtor rural desenvolve o seu trabalho,

com profissionalismo, amor à terra e mentalidade preservacionista, utilizando tecnologias e recebendo o apoio técnico da sua cooperativa.

O formato é o mesmo deste a primeira edição, com a diferença de que novos itens passaram a ser avaliados. Além de tecnologias para o incremento da produtividade, boas práticas e ILPF, é verificado se há compartilhamento da gestão (a família decidindo junta) e se há uma boa sucessão familiar.

A cooperativa seleciona os produtores a serem visitados, mediante sugestões oferecidas pelas unidades regionais. Foram criadas, também, visitas específicas com produtoras, muitas das quais assumem os negócios quando de uma situação inesperada, como morte ou doença do marido. O objetivo, nesse caso, é mostrar que as mulheres precisam se envolver nos negócios da família e estarem preparadas para os desafios. “Queremos que as histórias prospectadas pelo Rally sirvam de inspiração, referência e encorajamento para mulheres e jovens produtores”, afirma Recco.

Os números do Rally dão a dimensão do alcance do projeto. Em cada edição, são percorridos cerca de 10 mil quilômetros e visitadas, em média, 60 propriedades, nas mais diferentes regiões de atuação da Cocamar, nos estados do Paraná, São Paulo e Mato Grosso do Sul. O Rally começa em setembro, com o início do plantio da soja, e vai até a colheita, no final de março/início de abril.

Num dia de Rally, podem ser visitadas até três propriedades, com uma ou duas saídas numa mesma semana. Integram a comitiva um jornalista, um engenheiro agrônomo e o gerente da unidade daquela região. A equipe da



Rogério Recco (à direita), um dos idealizadores do Rally, e o ex-presidente da Embrapa, Celso Moretti: parcerias são uma das características do projeto.

Cocamar faz então a avaliação técnica da lavoura, o relacionamento com o produtor e o trabalho jornalístico de registrar a história do cooperado e sua família. Eventualmente o Rally é acompanhado por um outro jornalista que convidamos para conhecer melhor o trabalho do produtor, além de um cinegrafista para registrar as visitas.

“É maravilhoso conhecer o trabalho e a história das famílias do campo. São, geralmente, famílias que chegaram à região para derrubar o mato há muitas décadas e plantar café, em meio a grandes dificuldades. Sofreram com as crises da cafeicultura, as geadas e, nos anos 1970 e 1980, passaram a cultivar soja. Com as culturas mecanizadas de grãos (soja, milho e trigo) veio também a prosperidade, ajudando a fortalecer a Cocamar, que hoje possui mais de 18 mil produtores cooperados - 70% dos quais de pequeno porte e que dependem da cooperativa para serem competitivos”, avalia Recco, a quem cabe transformar em textos jornalísticos muitas das histórias dessas famílias.

Como as boas ideias dão bons frutos, o projeto gerou e agregou outras iniciativas de parceiros. Há alguns

anos, a Cocamar e a Embrapa Soja começaram a realizar avaliações da qualidade do solo em várias regiões, com o acompanhamento do Rally. Para surpresa da equipe da cooperativa, a Embrapa deu a essa iniciativa o nome de Rally Cocamar da Produtividade, que passou a ser o nome oficial do projeto.

Outros parceiros e patrocinadores criaram ações atreladas ao Rally como a Basf e a Cocamar Máquinas/John Deere. Essas empresas organizam, através do Rally, visitas e homenagens aos cooperados. O presidente da Cocamar, Divanir Higino, faz questão de conhecer a história de cada uma das famílias e entrar em contato para homenageá-las.

Patrocinaram a oitava edição do Rally, que tem a finalidade de conhecer e valorizar as boas práticas agrícolas: Basf, Fertilizantes Viridian, Sicredi Dexis e Nissan Bonsai Motors (principais), Cocamar Máquinas/John Deere, Texaco Lubrificantes, Estratégia Ambiental e Irrigação Cocamar. O circuito conta com o apoio do Cesb (Comitê Estratégico Soja Brasil), Aprosoja (Associação dos Produtores de Soja e Milho) e Unicampo.

**Nico Ruela, de Florestópolis:**

do balcão da farmácia para a campo como produtor que não quer depender de São Pedro

**José Antônio Moreno, de Alvorada do Sul:** expansão e tecnologia no negócio iniciado pela família em 1935, com o café

**No caminho, personagens que são referência**

Aos 18 anos, no final da década de 1970, um balconista de farmácia de Florestópolis, no norte do Paraná, decidiu largar o emprego, juntar as economias e investir tudo na compra de um pequeno trator. O pai, o comerciante seu Lizinho, morador da cidade desde 1950, não tinha propriedade rural. Então, o jeito foi o filho, que queria ser fazendeiro, sair em busca de terras para arrendar.

Quando se recorda de como tudo começou, um filme passa pela cabeça do produtor Antônio Luiz Ruela da Silva, o Nico Ruela, hoje com 65 anos. Mesmo sem ter, na época, nenhuma experiência com agricultura, apenas vontade, ele ganhou a confiança de um juiz, o Dr. Jaci Carvalho Mendonça, que lhe arrendou um sítio. E foi a partir desse apoio inicial que o determinado jovem não parou mais.

“Eu fazia todo tipo de serviço com o trator, destoca, plantio, não tinha tempo ruim”, afirma Nico, que se tornou um produtor de respeito na região. Hoje, são mais de 300 alqueires, dos quais 250 de lavouras de soja, milho e trigo, sendo 160 irrigados. Com 20 pivôs centrais, não tem tempo ruim mesmo. “O



Nico Ruela, de Florestópolis.

pivô é uma espécie de seguro, que dá estabilidade à produção”, diz o produtor. Apenas dez anos depois de decidir pela vida de agricultor, ele instalou o primeiro pivô, “para não ficar dependendo de São Pedro”.

Nico tem a companhia do filho Luiz Antônio, o Niquinho, de 34 anos, para continuar sua saga e diversificar os negócios. Ele produz abóbora cabotiá em área irrigada e recentemente começou um projeto ambicioso, a produção de ovos galados – 50 mil unidades/dia – em integração com um frigorífico da região, cuja estrutura é gerida pela nora Mariana.

A família trabalha com maquinários John Deere, avança na agricultura de precisão e se fortalece no cooperativismo, sendo associada da Cocamar e da cooperativa de crédito Sicredi.

Outra história de sonho e crescimento é a do produtor José Antônio Moreno, 61 anos, de Alvorada do Sul, também no norte do Estado. A família dele chegou ali em 1935 para trabalhar no café,

com o tempo foi comprando terras e se dedicou a essa cultura até 1975, quando ocorreu a geada negra. Ao chegar sua vez, o sucessor José Antônio não só deu prosseguimento aos negócios, como os expandiu, cultivando soja e milho com boas médias de produtividade.

José Antônio possui modernos tratores John Deere e sua história com a famosa marca começou há poucos anos, em 2019, depois de comprar um piloto automático. O produtor conta que, há algum tempo, experimentou um atendimento remoto prestado pela Cocamar Máquinas. Segundo seu agrônomo Lucas Anderson, o Luquinha, “foi tudo muito rápido, ficamos até surpresos; a tecnologia agrega muito”.

Ambos foram visitados pelo Rally Cocamar de Produtividade em novembro de 2022, quando a Cocamar Máquinas conferiu a eles o certificado de “Propriedade do Futuro”, um reconhecimento pela parceria.

**Daniel Delfini, hoje com 36 anos, assumiu os negócios ainda adolescente:**

foco na capitalização e maquinário moderno

### **Determinação e coragem para começar aos 17**

O Rally Cocamar de Produtividade se depara, em suas andanças, com histórias inspiradoras. Imagine alguém assumir o comando de uma propriedade rural aos 17 anos. Isto aconteceu no município de Cambé, norte do Paraná.

Embora sendo de uma família com longa tradição no campo, produzindo grãos, faltava um pouco mais de vivência a Daniel Delfini, ainda muito novo. Mas a mãe dele, dona Terezinha, à época professora, acreditou no filho que, em contrapartida, tinha de sobra coragem e determinação.

Isso aconteceu em 2003 e a maior dificuldade, segundo Daniel, estava no maquinário, antigo e bastante limitado. Com o tempo, atendendo às expectativas, o jovem foi ganhando experiência e, quando viu, dominava a produção de soja, milho e trigo. Atualmente com 36 anos, ele tem o apoio da irmã Maiara, responsável pela área financeira, e da mãe, já



Daniel Delfini, Cambé

aposentada, que participa da gestão. Só em 2012 Daniel e seus familiares conseguiram adquirir o primeiro trator John Deere - marca que, para ele, representava um sonho de consumo. Hoje, possuem uma linha completa.

“Procuramos nos capitalizar e, nos últimos anos, investir em maquinários modernos”, disse o produtor, para quem tudo começa no plantio, que precisa ser bem feito, assim como as pulverizações. “As janelas ficaram curtas, tem que entrar rápido e com qualidade”, justificou, citando que a

Cocamar Máquinas está impulsionando a agricultura de precisão na região.

Nessas duas décadas como produtor, Daniel afirmou que jamais imaginava ter presenciado, no agro, uma evolução tecnológica tão rápida. O colaborador da família desde 2005, José Osvaldo da Silva, de 35 anos, também não. Ele comentou que a modernização do maquinário trouxe mais facilidade e agilidade aos serviços.

José Osvaldo é pai de Murilo, de doze anos, e Miguel, de seis. O primeiro já o acompanha nas operações, mas o segundo, que ainda não tem idade, se contenta, por ora, com tratores de brinquedo. Ainda assim, têm que ser John Deere.

O Rally foi acompanhado na visita por Pablício Araújo e Bruno Trosdorf, especialistas de agricultura de precisão da Cocamar Máquinas/John Deere. Eles conferiram ao produtor o certificado de “Propriedade do Futuro”. 🌱





Capacidade da nova UPL é de 10 mil animais: primeiras matrizes foram importadas dos Estados Unidos.

## Cooperalfa investe R\$ 140 mi em unidade de produção de leitões no MS

Cooperativa realiza o maior investimento para importação de genética suína para uma única granja; animais da TopigsNorsvin vieram dos EUA

A Cooperalfa, cooperativa agropecuária sediada em Chapecó (SC), investiu R\$ 140 milhões em uma nova unidade para produção de leitões (UPL) em Sidrolândia, no Mato Grosso do Sul, que foi inaugurada em maio. A UPL atenderá a demanda da Aurora Coop, para a qual a Cooperalfa fornece os suínos, que está ampliando sua unidade de abate em São Gabriel D'Oeste de 3 mil para 5 mil suínos/dia.

A unidade da Cooperalfa em Sidrolândia, com capacidade para até 10 mil animais, representa o maior investimento em genética suína para uma única granja comercial, em parceria com a TopigsNorsvin. "Já temos dentro da Cooperativa, via Aurora, animais com a genética TopigsNorsvin e conhecemos o desempenho dos animais no campo, os ganhos com os produtores e melhorias que ocorrem. Como buscamos continuamente a evolução, a TopigsNorsvin representa essa evolução", afirma

o responsável pela comercialização de pecuária da Cooperalfa, Clóvis Orlandi.

Os primeiros animais que farão o povoamento da granja chegaram no Brasil no dia 17 de abril provenientes dos EUA e ficaram em quarentena na Estação Quarentenária de Cananéia, mantida pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e a Associação Brasileira das Empresas de Genética de Suínos (ABEGS), seguindo todos os protocolos sanitários.



gócios & Marketing da TopigsNorsvin Aduino Canedo.

### **Fortalecendo a suinocultura** -

A unidade da Cooperalfa em Sidrolândia vai gerar 60 empregos diretos na primeira etapa da operação, número que deve saltar para 110 com a previsão de ampliação. "Trata-se de uma unidade alto padrão sanitário, de forma a mantermos uma pirâmide sanitária no campo. A escolha da localização da unidade é pela pouca produção de suínos no local, o que nos dá maior segurança na biosseguridade. Além disso, a região oferece boa quantidade de matérias-primas para a produção de alimentos para arraçãoamento dos planteis", ressalta Clóvis Orlandi.


Atualmente o estado de Mato Grosso do Sul ocupa a sexta posição no ranking nacional da suinocultura. Segundo a Associação Sul-Matogrossense de Suinocultores (Asumas), em 2022 foram abatidos 2,716 milhões de animais, com a produção de 247 mil toneladas de carne.

Considerando os projetos de expansão e novos empreendimentos no estado, Mato Grosso do Sul busca ocupar o quinto lugar no ranking da suinocultura.

"Apoiamos os nossos clientes para que tenham a melhor genética existente no mercado em suas granjas e obtenham sempre mais resultados superiores de produtividade", reitera Aduino Canedo, da TopigsNorsvin.

**Inovadora** - A empresa de genética suína TopigsNorsvin é reconhecida por sua abordagem inovadora na implementação de novas tecnologias e pelo seu foco contínuo na produção de suínos com a melhor relação custo-benefício.

Com uma produção de 12 milhões de doses sêmen/ano, a melhoria contínua e fortalecimento dos produtos permitem que os clientes da TopigsNorsvin obtenham um valor agregado significativo em sua produção. O melhoramento genético da TopigsNorsvin baseia-se em dois pilares, sustentabilidade e eficiência, que se traduzem em um programa de genética balanceado e eficiência total na alimentação.

Pesquisa, inovação e disseminação de melhorias genéticas são os pilares da empresa, que investe € 22,5 milhões em P&D ao ano. 

"Trouxemos para a nova unidade da Cooperalfa 900 fêmeas da raça Large White, com altíssimo valor genético e padrão sanitário. Queremos que os nossos clientes tenham os melhores animais do mundo, elevando para outro patamar os valores genéticos brasileiros", explica o Diretor de Ne-



André Costa, da TopigsNorsvin, HelioSeraglio, Paulo Both e Romeo Bet, da Cooperalfa, na inauguração da unidade.

# C.Vale é pioneira em programa de capacitação em ESG

Um grupo de gestores da C.Vale começou, no primeiro trimestre, uma capacitação em ESG, termo em inglês que se refere a práticas ambientais, sociais e de governança. É uma forma de atuação para estimular as grandes organizações a seguirem procedimentos que levem em conta, além dos aspectos econômicos, a sustentabilidade ambiental dos negócios, a preocupação com o impacto social das atividades e mecanismos de governança mais transparentes e éticos. A cooperativa tem sede em Palotina, no oeste do Paraná.

O programa ESG+Coop é uma parceria

entre a Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR) e o Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (Sescoop/PR). Profissionais da C.Vale participarão do programa, ao longo de 15 meses, para contribuir com a implantação das práticas de ESG e da definição dos parâmetros que servirão como indicadores de desempenho do programa. Trinta funcionários da C.Vale serão capacitados pelo programa.

O primeiro encontro do grupo reuniu o presidente da C.Vale, Alfredo Lang, o vice Ademar Pedron, o diretor-secretário Walter Dal'Boit, gerentes de divisão Armando Lang, EdioSchreiner,

Nestor Waskiewics e Reni Girardi, e o coordenador de monitoramento do SESCOOP/PR, João Gogola Neto. Por videoconferência, participaram do evento o superintendente da entidade, Leonardo Boesche, e a coordenadora de ESG pela PUC, Mari Reina Anastásio. As atividades foram conduzidas por Dulce Benke, consultora com vasta experiência em sustentabilidade.

A C.Vale criou em 2022, a Assessoria de ESG. O setor está vinculado à diretoria e alinhado à orientação estratégica e ao propósito da cooperativa, que é despertar nas pessoas um mundo mais próspero. 🌱



Primeira turma da cooperativa tem 30 profissionais de diferentes áreas.

# Boas práticas

## Vinícola Aurora certificaprodutores

Cooperativa também deu início a um novo programa de práticas internacionais de trabalho seguro e ambientalmente responsável



Cooperados da Aurora foram certificados no PAS Uva pela implantação das Boas Práticas Agrícolas em suas propriedades rurais.

Um grupo formado por 48 associados da Cooperativa Vinícola Aurora recebeu, em maio, em Bento Gonçalves (RS), a certificação pelo Programa Alimento Seguro Uva para Processamento (PAS Uva), pela implantação de Boas Práticas Agrícolas (BPA) em suas propriedades rurais. Com a validação, os viticultores estão aptos para a segunda fase do projeto, que é a etapa do Local Gap, protocolo que valida a produção regional dentro das normas internacionais. A certificação é uma iniciativa do Sebra/RS, Consevitis/RS e da empresa UPL, com apoio do Senar/RS, Embrapa Uva e Vinho, dos sindicatos de Trabalhadores Rurais e dos sindicatos patronais localizados na Serra Gaúcha.

Com os treinamentos e implantações, os produtores cooperados comprovam que atendem os requisitos solicitados e já exigidos por alguns mercados do Exterior. Entre os pontos avaliados estão

a rastreabilidade vegetal, as adequações nas propriedades, a redução do risco de contaminação dos produtos, a diminuição do impacto ambiental e o monitoramento das condições de trabalho.


“A permanente qualificação dos cooperados é o que garante a excelência e a conformidade da Aurora em sua produção no campo e na indústria. Queremos parabenizar os viticultores por mais esta certificação. É fundamental que a cadeia produtiva esteja cada vez mais orientada e disposta a implementar processos de melhoria contínua”, afirma Renê Tonello, presidente do Conselho de Administração da Cooperativa Vinícola Aurora, que esteve no evento acompanhado da diretoria Executiva e do departamento técnico da empresa.

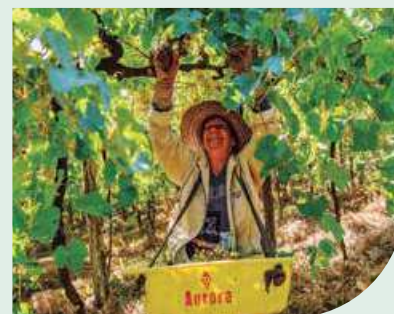
Desenvolvido desde 2014, o PAS Uva já certificou milhares de profissionais com exigências voltadas à legislação

internacional. Na solenidade desta sexta-feira (12) cerca de 200 produtores rurais gaúchos concluíram a etapa do programa de Boas Práticas Agrícolas e já podem equalizar os requisitos para Local GAP.

Além das atividades externas de certificações setoriais, a Cooperativa Vinícola Aurora iniciou em abril seu novo Programa de Boas Práticas Agrícolas junto aos mais de 1,1 mil produtores de uva cooperados. A iniciativa pretende adequar cada vez mais as propriedades familiares ligadas à Aurora às práticas internacionais de trabalho seguro e ambientalmente responsável.

Todos os viticultores já passaram pela fase inicial de treinamentos e rotinas de conscientização sobre direitos humanos e trabalhistas. Em maio, mais de 20 colaboradores dos departamentos Agrícola, Social e do Sistema Integrado de Gestão Ambiental, além das diretorias Executiva e Administrativa foram capacitados para a equiparação às normas da Organização Internacional do Trabalho.

Até o fim do ano, o cronograma prevê ainda vistorias técnicas, adequação das condições e auditorias independentes nas propriedades no período que antecede a safra da uva de 2024. 



# A cooperativa como alternativa

Luiz Vicente Suzin

As dificuldades que a economia brasileira ciclicamente enfrenta e as profundas transformações nas relações de trabalho têm levado, nas últimas décadas, muitos brasileiros a empreender e/ou mudar de atividade. Muitas alternativas se apresentam para esses pequenos agentes econômicos, como exemplifica o criativo surgimento do MEI, uma configuração jurídica para microempreendedores individuais que, no Brasil, somam 14 milhões e, em Santa Catarina, mais de 600 mil.

Outra alternativa que oferece um oceano de possibilidades é o ingresso em cooperativas. As cooperativas – como reza o enunciado do primeiro postulado do cooperativismo (o princípio da adesão voluntária e livre) – são organizações abertas à participação de todos, independentemente de sexo, raça, classe social, opção política ou religiosa. Para participar, a pessoa deve conhecer e decidir se tem condições de cumprir os acordos estabelecidos pela Lei 5.764/1971 (Lei Geral das Cooperativas) e pelo estatuto de cada uma. Esse aspecto torna a Cooperativa uma instituição singular no panorama das organizações humanas.

Apoio ao trabalho, abertura de empresa, viabilização de empreendimento, aumento da produção, qualificação profissional etc. são algumas das linhas de atuação das cooperativas que, no país, estão organizadas em vários ramos (segmentos) como crédito, agropecuário, transporte, infraestrutura, saúde, trabalho, consumo, entre outros.

A cooperativa guarda similitude com outra importante entidade associativista, o sindicato, pois ambas promovem estudos, defesa e coordenação de interesses econômicos e profissionais da categoria congregada. O ator econômico ou profissional representado na entidade sindical recolhe, voluntariamente, a contribuição sindical, que até a reforma trabalhista de 2017 era compulsório, uma forma de imposto sindical.

A sociedade cooperativa não contempla nenhuma espécie de imposto ou qualquer outra obrigação originária. Para ser cooperante/cooperado, ou seja, associado de uma cooperativa, é preciso um mínimo de formação associativista, de vocação democrática, de maturidade, de interesse coletivo, de compreensão da realidade sociocultural e econômica envolvente. É preciso acreditar na ação coletiva sem esmorecer no esforço individual.

A cultura do associativismo não é robusta como poderia ser no Brasil, mas o desejo de aderir livre e voluntariamente deve nortear a decisão de ingressar no cooperativismo. Simultaneamente deve haver compreensão da amplitude desse processo para que seja esta uma atitude consequente. Somente assim o neo-cooperativista será dedicado, perseverante e útil para si e para a sociedade a qual se filiou. Por isso, as cooperativas notabilizam-se mais pela qualidade de seus associados do que pela extensão de seu quadro social.

Cursos de introdução ao cooperativismo foram criados e em muitas coope-



Luiz Vicente Suzin é Presidente da Organização das Cooperativas do Estado de Santa Catarina (OCESC).

rativas são obrigatórios porque geram consciência dos direitos e deveres do cooperado, compreensão do papel do cooperativismo na vida contemporânea e educação para o agir coletivo. É um caminho para a apreensão do saber e, com ele, modificar a própria realidade, superar condicionantes e catapultar seu próprio desenvolvimento.

Não importa o nível de instrução e qualificação do interessado, seja trabalhador ou empresário, o cooperativismo representa um valioso e construtivo contraponto para esses tempos em que as crises se apresentam em várias camadas – moral, ambiental, política e econômica – em uma época de superficialismo das redes sociais, egoísmo, hedonismo, alienação e, o que é muito preocupante, polarização ideológica e veneração de anti-heróis.

O cooperativismo surgiu em 1844, em Rochdale (interior da Inglaterra), exatamente para enfrentar as dificuldades da época. Desde a concepção desse modelo de associativismo e de negócio, a cooperativa funda-se também em valores humanos, de responsabilidade, igualdade, justiça e solidariedade, valores éticos de honestidade, transparência, responsabilidade social e preocupação com o semelhante. Cooperativismo, portanto, não é para ególatras. É para quem – consciente e convicto – decide ingressar por adesão livre e voluntária.



## Viter e Morro Verde ampliam parceria

Unidade de negócios da Votorantim Cimentos expande parceria com uma das principais produtoras brasileiras de insumos agrícolas com bases minerais de fosfato, potássio e nitrogênio

**A** Viter, unidade de negócios e marca de insumos agrícolas da Votorantim Cimentos, amplia sua parceria comercial com a Morro Verde Fertilizantes com o objetivo de aumentar a produção de calcário agrícola com alto teor de magnésio no estado de Minas Gerais. A parceria prevê a aquisição de equipamentos, melhorias e ampliações das estruturas de armazenagem e carregamento.

A Morro Verde é uma das principais produtoras brasileiras de insumos agrícolas com bases minerais de fosfato, potássio e é focada em oferecer soluções para a agricultura bioregenerativa de baixo carbono. A parceria com a Viter envolve o fornecimento de calcário agrícola produzido em Pratápolis (MG) e comercializado seguindo os elevados critérios de qualidade da marca Calcário Itaú - ampliando a gama de produtos disponíveis ao agricultor e buscando atender cada vez mais as necessidades e particularidades do solo de cada produtor.


“Estamos completando dois anos de parceria com a Morro Verde e pudemos confirmar que o agricultor da região tem a necessidade de um produto com elevados teores de magnésio juntamente com a qualidade de serviços e assistência que já são marcas registradas da Viter. Com os novos investimentos para ampliar essa parceria, fortalecemos também a estratégia da Viter de estar cada vez mais próxima do produtor rural”, afirma o gerente geral da Viter, Marcelo Giuliano de Sousa.



“A expansão da parceria junto à Viter atesta a capacidade de execução, excelência e melhores práticas da Morro Verde. Para nós é uma grande honra servir os produtores rurais que buscam ampliar a soberania, o equilíbrio e a eficiência das lavouras brasileiras”, disse o presidente do Conselho de Administração da Morro Verde, Felipe Holzacker Alves.

Líder na comercialização de calcário agrícola no Brasil e a única empresa com presença nacional, a Viter

também atende o estado de Minas Gerais a partir da fábrica em Itaú de Minas, que produz o corretivo de solo Calcário Itaú há mais de 40 anos. Em maio, a Viter completa três anos como marca exclusiva de insumos e soluções agrícolas da Votorantim Cimentos.

A nova identidade veio para reforçar a estratégia da companhia de ampliar a sua atuação no agronegócio, com investimentos, ampliação da capacidade de produção e novas linhas de produtos. 

# Dia de Campo Carpa apresenta pecuária de superação total

Palestras de especialistas e técnicos que acompanham o projeto agropecuário de produção integrada e intensificada que é desenvolvido pela Carpa Serrana vão expor a fórmula de resultados do negócio que tem a raça Nelore como eixo central



Dia de Campo ILPI+ da Carpa será na Fazenda Cibrapa, no Mato Grosso.

**A** Carpa é um dos projetos pecuários do Brasil que figura entre os de maior reconhecimento no mercado e os que alcançam os melhores índices de rentabilidade por área.

O manejo é definido no sentido de se obter aproveitamento e eficiência máximos de cultivo de grãos e pecuária em sistema de integração intensificada que apoia a sustentabilidade.

Todos os processos que compõem a rotina de trabalho anual de cultura de soja, plantio de pastagens com produção de feno e silagem, seleção de reprodutores e produção de gado comercial serão apresentados de forma didática e prática no Dia de Campo “Integração Lavoura, Pecuária e Genética com Sustentabilidade” que será realizado na Fazenda Cibrapa, no município de Barra do Garças, no

estado do Mato Grosso, no dia 10 de Agosto de 2023.

Os palestrantes convidados são Maurício Palma Nogueira que trabalhará o tema “Cenários Pecuária Brasileira”, o professor Adilson Aguiar que terá a missão de falar sobre “Manejo Sustentável de Pastagens”, o professor Gaspar Korndörfer que abordará o painel “Preparo de Solos em Áreas desafiado-

ras” e o consultor Carlos Alberto Marino Filho que passará aos convidados todas as informações sobre o conteúdo técnico da palestra “Nelore Carpa - De volta para o Futuro”.

“A Carpa Serrana com 52 anos de seleção, em 1985 decidiu expandir seus negócios para o Mato Grosso e nessa história investindo em áreas na região de Barra do Garças, que hoje são o alicerce de todo o melhoramento que a Carpa Serrana oferece para o mercado, pelo grande rebanho comercial, e o núcleo de matrizes e reprodutores PO. O sistema de produção que é altamente eficiente com Integração, Lavoura e Pecuária pela primeira vez vai ser aberto para visitação de todo o Brasil e de todos que tiverem interesse de conhecer esse trabalho espetacular em um ambiente que é extremamente interessante para toda a pecuária brasileira, não só pelo nível de tecnologia envolvida, mas também pela genética construída em situações restritivas em termos de clima e de solo que trabalhados de forma científica são transformados, contando com assessoria de grandes profissionais. A Carpa vai poder oferecer para quem tiver interesse, uma visitação pessoal a um projeto que é o único no Brasil e que produz o bezerro mais valorizado dentro do mercado nacional de carne. Então é uma oportunidade única”, destaca o palestrante Carlos Marino.

Os organizadores montaram estações na fazenda para dinâmicas que serão realizadas depois das palestras. O público terá a oportunidade de visitar o confinamento, as áreas de feno, silagem e pastagem, além de conferir as estruturas e apreciar o melhor do rebanho Carpa, incluindo lotes de bezerros, garrotes, touros e bezerros comerciais que vão integrar o Mega Leilão Anual Carpa programado para a primeira semana de setembro.

“As palestras têm o objetivo de disseminar e difundir esse conhecimento de que é possível aumentar bastante a produtividade dos solos e aumentar a produção por hectare tanto de gr os, como de gado usando tecnologia e ferramentas consagradas. A intenção é mostrar o trabalho da Carpa na integração de toda a cadeia produtiva com o rebanho PO, as matrizes que produzem touros que são usados no gado comercial e os bezerros comerciais que têm potencial para atingir mais de 20@ com dois anos e alto rendimento de carcaça na mão do pecuarista profissional que consegue terminar o ciclo em curto tempo comprovando realmente um trabalho de resultados a partir da integração do gado com agricultura, foco e determinação em busca da excelência”, reforça o Gerente de Pecuária da Carpa, Luis Otávio Pereira Lima.

#### **SOBRE A CARPA**

#### **A seleção Carpa tem 52 anos de trabalho com a raça Nelore.**

O Nelore Carpa é avaliado pelo PMGZ (Programa de Melhoramento Genético de Zebuínos da ABCZ) e pelo PMGRN (Programa de Melhoramento Genético da Raça Nelore da ANCP). Todas as

tecnologias de reprodução assistida, bem como testes de ultrassonografia de carcaça, abates técnicos e provas de desempenho, integram o escopo de ações focadas na evolução do plantel.

A origem da Carpa é a Fazenda Fazendinha, em Serrana, no interior de São Paulo, mas o trabalho de melhoramento foi gradativamente reproduzido nas unidades da Cibrapa, em Barra do Garças, estado de Mato Grosso, e o volume mais representativo está atualmente nas terras do Centro Oeste.

O rebanho conta com uma dezena de milhares de matrizes e o manejo é conduzido em pastagens cultivadas, com suporte de confinamento e aproveitamento máximo de uma área superior a três mil hectares de soja em ILP, iniciada há 15 anos. Nos talhões reservados   integração, a soja é revezada com capim (mombaça e brachiaria ruzizienses) para a produção de volumoso. No último ano foram preparadas 20 mil toneladas de silagem e 5 mil toneladas de feno. Sobre os cuidados com o meio ambiente, a Carpa é um exemplo de produção com preservação com todas as áreas de APP e reserva legal dentro das regras do protocolo ambiental. **AR**

### **DIA DE CAMPO CARPA**

**10/08/2023**

Palestras:

- Maurício Palma Nogueira - “Cenários Pecuária Brasileira”
- Professor Adilson Aguiar - “Manejo Sustentável de Pastagens”
- Professor Gaspar Kornd rfer - “Preparo de Solos em áreas desafiadoras”
- Carlos Alberto Marino Filho - “Nelore Carpa - De volta para o Futuro”

### **44  MEGA LEILÃO ANUAL CARPA**

**3/09/2023 - Domingo, 9h - Virtual pelo Canal Rural**

250 Touros Nelore PO avaliados

2.800 Bezerros de Corte

**4/09/2023 - Segunda-feira - 20h30 - Virtual pelo Canal Rural**

100 Fêmeas Nelore PO

Assessorias: Carlos Marino e Guto Assessoria

Leiloeira: Central Leilões

# AgroBrasília reúne mais de 560 expositores

Encontro marca a produtividade e diversidade do setor na região e movimenta quase R\$ 5 bilhões

Cinco dias de debates sobre 'Tecnologia para Sustentabilidade'. Que movimentou R\$ 4,8 bilhões em negócios, reuniu 562 expositores dos mais diversos segmentos, apresentou produtos e serviços fundamentais para alavancar o agronegócio e contou com a participação de 175 mil visitantes. A AgroBrasília 2023 foi marcada por números inéditos no Parque Tecnológico Ivaldo Cenci, promoveu 350 empregos temporários e firmou o evento como vitrine da diversidade e produtividade na região central do país. "Juntamos todos os componentes de um ambiente de negócios ideal. Empresas, produtores, instituições financeiras. O produtor marcou presença e incorporou tecnologias para melhorar sua produtividade com sustentabilidade, o que resulta em renda no campo", comemorou o presidente da Cooperativa Agropecuária da Região do Distrito Federal (Coopa-DF), José Guilherme Brenner, que realiza a feira.

E falar em renda é tratar do apoio que o maior banco do crédito do Agro Brasil, o Bradesco, oferece e leva a cada pedaço do país que reúne os atores da cadeia produtiva. "Goiás, Distrito Federal, Mato Grosso e Tocantins. Aqui tem muito negócio, a feira cresce, é bom estar junto do cliente e entender esses investimentos tão variados. Gestão familiar, tributos, planejamento,



Carlão da Publique com Matheus Calegari, Head Regional do Bradesco Private Bank, e Sergio Estefano, Vice-Presidente Sênior do Bradesco Bank.

sucessão. Temos uma estrutura exata para servir os clientes", explica Matheus Calegari, Head Regional do Bradesco Private Bank. A corporação levou à Brasília um estande 'top de linha' e um time qualificado para ofertar tudo o que o banco empresta a diversos setores da economia brasileira. "Estamos com o time do e-agro, do Corporate, do Crédito. O Bradesco é muito importante para o Brasil. Nossa área é um setor

apaixonante, espalhado pelo país inteiro, tendo 75 plataformas, quase 900 colaboradores, 450 gerentes de relacionamento, para falar com todos os nossos clientes, em todas as regiões, em vários segmentos econômicos. No caso do Agro, só há crescimento e vai permanecer assim. São investimentos em tecnologia. Nós trabalhamos para as montadoras, concessionárias e os produtores rurais, uma cadeia

elaborada. O cliente final precisa de financiamento, tecnologia, apoio do mercado financeiro. Entendemos toda a cadeia e o agro ainda tem muito a entregar ao Brasil”, contextualizou Alexandre Panico, Diretor Brasil Corporate One do Bradesco.

E esse agro envolve grandes atores, tanto no Brasil como no exterior. O Diretor de Agronegócios do Bradesco, Roberto França, fez questão de visitar o espaço de um desses investidores, a Boa Safra Sementes, empresa nacional de sementes de soja, milho, sorgo e feijão. Integrante da Bolsa B3, a corporação tem quase 900 colaboradores e mantém hoje quarenta mil acionistas investidores. “Queremos entregar alta produtividade aos clientes. Produzimos a semente e levamos para outras regiões do país. Estamos bem animados, crescendo, com um baita time, engajado, firme, com mais parcerias com distribuidores e revendas que comercializam até 80% do nosso portfólio. É a prova do reconhecimento da marca. E todo o recurso captado é usado para crescermos”, justificou Marino Colpo, CEO da Boa Safra, que participou pela primeira vez da AgroBrasília. “O agro ainda é um negócio novo no país. Vai ter muita empresa entrando na Bolsa como a Boa Safra fez. São empresas nacionais que aproveitam a dinâmica do segmento”, reforçou Roberto França. “Meu sonho sempre foi plantar, aumentar a fazenda, ter área, aprender a parte técnica. Aprendi assim a trabalhar com sementes. E é um prazer estar ao lado de parceiros como o Bradesco. E permanecer investindo e crescendo”, atestou Camila Colpo, Agrônoma, Produtora Rural e Presidente do Conselho da Boa Safra.



Camila Colpo,  
Presidente do Conselho  
do Boa Safra.

Parceira fiel assim como outros milhares de empreendedores que passaram pelo parque na capital federal. Independentemente do local onde vivem ou empreendem. “A feira atrai brasileiros e produtores de outros países, todos buscando apoio para vários investimentos. É o mercado que a gente vê em Brasília. E nós, em nossa área, miramos aqui empreendedores na faixa de dois

milhões de dólares para cima”, situou Sergio Estefano, Vice-Presidente Sênior do Bradesco Bank. “Viemos a Brasília para reforçar nosso trabalho de transmitir confiança aos produtores. Dizer a eles que podem confiar na gente, pois temos as melhores soluções financeiras para o negócio deles. Vamos gerar valor agregado para cada um deles”, garantiu Alexandre Panico. **AR**



Marino Colpo, CEO do Boa Safra

# Agrotins é sucesso de R\$ 3 bilhões em negócios

Quase novecentos expositores apresentaram produtos em cinco dias de evento



A Feira de Tecnologia Agropecuária do Tocantins (Agrotins) de 2023 superou a edição do ano passado em número de expositores, visitantes e em movimentação financeira. Foram 890 expositores de diversos segmentos, R\$ 2,95 bilhões em negócios e quase duzentos mil visitantes. O tema deste ano foi 'Compliance no

Agro' e o governador Wanderlei Barbosa aproveitou a oportunidade para assinar títulos de escrituras de terras, lançar a Frente Parlamentar do Agronegócio de Tocantins e destinou R\$ 10 milhões para incentivar a Agricultura Familiar. "É um ano com preços desfavoráveis, mesmo assim, os expositores investiram, assim como o produtor, que não

deixou de comprar equipamentos, sementes e insumos. Foi uma edição extremamente produtiva", destacou o Secretário da Agricultura e Pecuária, Jaime Café.

As palestras, exposições e negócios começaram no dia 16 e seguiram até o dia 20 de maio. O tema deste ano foi Compliance no Agro.

O objetivo do evento é promover o desenvolvimento do campo, destacar as potencialidades, assim como apoiar e divulgar as ações de pesquisa, adaptação, validação, divulgação e transferência de tecnologias ao setor produtivo. Postura que sustenta as ações do Bradesco, o maior banco privado na concessão de crédito para o setor, e sempre presente nas maiores feiras agropecuárias do Brasil, com um grande espaço e dezenas de profissionais para atender os empreendedores rurais da Região Centro Oeste e Norte do país.

“Tocantins é um estado que cresce muito na produção e a Agrotins é o maior reflexo dessa realidade. Por isso trazemos aqui a Regional Norte, gerentes de até 400 km de distância, para fazer custeio, atender qualquer demanda do produtor, em todas as modalidades. Inclusive o financiamento em dólar, novidade permitida via BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), que utilizamos aqui, em um contrato muito importante”, contou Roberto França, Diretor de Agronegócios do Bradesco. “O Bradesco está sempre levando o que há de melhor para avançarmos com a agricultura brasileira”, concordou José Augusto Araújo, Presidente da MaqCampo John Deere.

O evento também atraiu outros gigantes, como a Syngenta, corporação global de proteção de cultivos, que acompanha de perto o movimento de produção e exportação de diversos produtos pelo ‘Arco Norte’ do Brasil. “Bahia, Maranhão, Tocantins, Pará e Roraima. Esses estados do Arco crescem cada vez mais em exportação. É um povo que investe, acredita, cresce há muitos

# “A Agrotins tornou-se fantástica, um ponto de encontro maravilhoso para interagir com os lavradores.”

**Leandro Sitta,**  
Diretor Comercial  
Regional da Syngenta

anos. E a Syngenta acredita neles e é parceira”, garantiu Ariovaldo Ariovaldo, Gerente Regional do Arco Norte da Companhia, do alto dos seus 23 anos de Syngenta.

O mesmo otimismo que embala a Mosaic Fertilizantes, presença forte na feira para reforçar um portfólio de altíssimo padrão. “Temos a expertise de nutrição mineral de plantas. E agora nos voltamos ao outro pilar, que é a qualidade biológica do solo. O Performa Bio entrega nos dois sentidos. Ativa a microbiota do solo, mostra qualidade física, nutrientes certos na hora que a planta precisa. Uma sinergia perfeita em nome da nutrição. Em três anos de pesquisa de campo, comprovamos incrementos de até 14,7 sacas por hectare no milho e 5,1 sacas por hectare na soja”, enfatizou Josimar Reis, Agrônomo Sênior da Mosaic Fertilizantes. E teve mais ofertas. Rogério Medeiros, Gerente de Culturas, tratou de MicroEssentials e Aspire, duas tecnologias que são sucesso em todo o país. “Erguemos um conjunto de dados que provam que nossa média de produtividade

chega a 3,2 sacas por hectare perante o concorrente. É resultado, valor e economia de recursos para o produtor rural”, ratificou. Sem falar no convite aos produtores para conhecer de perto os benefícios do programa de fidelidade ‘Nutrivantagens’. “A gente aprende muito estando ao lado dos produtores e melhoramos nossa entrega a eles. Pretendemos melhorar o programa cada vez mais, atendendo todo o perfil de público. Para toda a linha de Performance, Performa Bio e MPasto. Todos valem pontos nas compras, têm condições especiais, bonificação extra e três anos para resgatar e trocar por soluções tecnológicas do interesse dele”, finalizou Marcela Loyarte, Gerente de CRM da Mosaic Fertilizantes.

“A Agrotins 2023 mereceu a presença do nosso time operacional à toda. Força comercial para buscar os negócios do Agro Brasil, como o lançamento da CPR Digital. Que é um ambiente perfeito para o nosso cliente comprar insumos em um mesmo ambiente digital, da semente ao implemento, passando por serviços”, acrescentou Roberto França. 

# Tecnoshow Comigo movimentou R\$ 11,1 bilhões

E houve recorde também com o público: 138 mil participantes



Setor vai faturar US \$18,5 bilhões até 2026

A 20ª edição da Tecnoshow Comigo, feira de tecnologia rural sediada em Rio Verde (GO) e promovida pela Cooperativa Comigo, comemorou recordes no número de visitantes e volume de negócios. Foram 138 mil pessoas circulando pelo Centro Tecnológico Comigo (CTC) durante os cinco dias de evento, que resultaram em R\$ 11,1 bilhões em comercialização de máquinas, implementos, genética animal, veículos e insumos para agricultura e pecuária. Apesar das incertezas quanto ao acesso a crédito por parte do governo federal, a feira superou o valor co-

mercializado na edição anterior, que foi de R\$ 10,6 bilhões.

“O resultado foi surpreendente, considerando a queda de preços das commodities.” Tivemos empresas trazendo tecnologias diversas e novas moléculas. E mesmo com a nossa preocupação com o momento econômico que atravessamos, preço decrescente das commodities, carros e caminhões com preços em queda e as máquinas caindo pouco. Nossa preocupação era se os empresários conseguiriam fazer negócios na feira, mas o saldo foi muito positivo. Hou-


ve muitas mesas de negociações e alguns financiamentos próprios. Uma feira fantástica”, avaliou Antonio Chavaglia, presidente do Conselho Administrativo da cooperativa. O sucesso reforça a posição da Tecnoshow como uma das três maiores feiras de tecnologia rural do Brasil e a maior do Centro-Oeste.

O governador Ronaldo Caiado esteve presente na abertura da feira e destacou a importância do cooperativismo. “O cooperativismo é o melhor caminho para que a gente possa superar as dificuldades e implantar tecnolo-

gias, levando renda e qualificação aos nossos produtores rurais”, frisou. A feira teve espaço para empresas de logística, transporte, armazenamento, serviços, energia solar, irrigação, startups, além de associações, instituições de pesquisa, fomento ao Agronegócio e universidades. Além de ações ambientais, como o lançamento do Protocolo Emissão de Gases de Efeito Estufa do evento, que mediu os gases emitidos durante a feira, além das compensações ou sequestro de carbono proporcionado pela Tecnoshow.

Entre os tradicionais expositores, destaque para o Banco Bradesco e a Mosaic Fertilizantes. O estande da instituição financeira ficou lotado a feira inteira, com dezenas de profissionais atendendo produtores rurais, integrados, cooperados e empresas, informando sobre todas as soluções de crédito, produtos e serviços para a cadeia produtiva. Um suporte especializado nas Plataformas de Agronegócio ou em mais de 800 pontos de atendimento espalhados pelo Brasil. “Por isso o Bradesco é o maior banco privado em investimentos no segmento. Porque, entre nós, o produtor sempre vem primeiro”, esclarece Roberto França, Diretor de Agronegócio do banco.

Já a Mosaic, empresa nacional responsável por 450 mil toneladas por ano, reforçou em seu espaço o atendimento às lavouras do país e ao Plano Nacional de Fertilizantes. “Nossos fertilizantes chegam do Brasil e do exterior. Entendemos o que o homem do campo precisa e assim podemos entregar. Como fazemos em feiras como a de Rio Verde”, explicou Eduardo Monteiro, vice-presidente Comercial da Mosaic Fertilizantes.

A Tecnoshow Comigo 2024 vai ser realizada de 8 a 12 de abril. 



O programa Fala Carlão entrevista Roberto França, Diretor de Agronegócio do Bradesco

### NÚMEROS DA TECNOSHOW 2023!

- # R\$ 11,1 bilhões em negócios
- # 138 mil visitantes
- # 650 expositores
- # 65 hectares de área
- # Mais de 100 palestras e dinâmicas
- # 5.990 participantes das palestras
- # 3 auditórios para apresentações e palestras
- # 3 mil participantes das dinâmicas de pecuária
- # 11 pavilhões de animais e empresas
- # 40 mil m<sup>2</sup> de plots agrícolas
- # Cerca de mil animais entre bovinos, equinos, muare, ovinos e peixes
- # Mais de 200 pesquisadores
- # Mais de 3 mil máquinas e equipamentos
- # Mais de 25 mil refeições servidas
- # 80 mil veículos estacionados, sendo 450 ônibus
- # Doação de 20 mil mudas de árvores nativas
- # 70 mil mudas e 60 vasos de flores compondo a jardinagem
- # Coleta de 61,7 toneladas de resíduos sólidos recicláveis
- # Criação de 12,8 mil empregos diretos e indiretos
- # Mais de 40 helicópteros
- # 250 pousos e decolagens no aeroporto de Rio Verde
- # 100% de ocupação na rede hoteleira de Rio Verde
- # 9% de incremento na arrecadação de impostos municipais
- # R\$ 92 milhões de impacto no comércio local
- # Presença de instituições de pesquisa científica, instituições financeiras e de liberação de créditos

# Zero Summit é carbono zero Latam!

Soluções para descarbonização foram tema de nove painéis em São Paulo



O empresário Abílio Diniz abriu o painel de Agronegócio.

A quarta edição do Zero Summit 2023 foi realizada em dois dias, na capital paulista, em março passado, com destaque para nove painéis de debates: Cidades Inteligentes, Descarbonização, Finanças (carbono neutro) e Mobilidade (baixo carbono), Agronegócio, Transição Energética, Amazônia, Challenge Accelerated Live (Fórmula E) e Jovens Lideranças.

O Painel de Agronegócio teve na abertura o empresário Abílio Diniz. O presidente da Coopercitrus,

Fernando Degobbi, comentou como realizar de forma correta a arquitetura de plantio com melhor aproveitamento e menos degradação do solo. E citou o uso eficiente de drones para contenção de pragas e pulverização em uma menor área e economizando recursos. Kobad Bhavnagri, Head of Strategy da BloombergNEF, falou sobre os desafios da agricultura diante do cenário futuro, com um aumento esperado de mais de 20% de produção de alimento e como suprir esta demanda da população em crescimento. Ponto alto do painel foi a aliança anunciada entre Zero Summit e a Vidavo Ventures, que cria uma comunidade unificada de agricultura global e negócios agroalimentares, para tomar medidas concretas que levem à descarbonização dos sistemas alimentares, além da luta contra as mudanças climáticas.

No painel Transição Energética, Rodrigo Pedroso, co-founder do Zero Summit, destacou que “a energia mais barata é aquela que não se consome e a mais cara é a que não se tem”. Neste quesito, Nicola Cotugno, Country Manager Brasil na Enel, aponta que é preciso investimentos em tecnologia para que a transição energética seja suave e segura para o consumidor e que o coração desta ação é digitalizar. “A rede de distribuição vai vivenciar e já está experimentando dinâmicas de fluxo completamente diferentes, que mudam de uma hora para outra, com tecnologia e digitalização, de forma segura para o consumidor” explicou Nicola.

## NOVIDADE: PAINEL AMAZÔNIA E PAINEL JOVENS LIDERANÇAS

No esperado painel Amazônia o professor da USP, Carlos Nobre, ressaltou que é necessária uma mudança cultural gigantesca, visto



Painel Jovens Lideranças

que 66% de todo o desmatamento da Amazônia é para pastagem e a floresta está perdendo a capacidade de reciclar água. E fez um alerta: “Se continuarmos nessa trajetória, em 20 anos, vamos ultrapassar o ponto de não retorno”. Para Guilherme Syrkis, Diretor Executivo do Centro Brasil no Clima, é preciso uma nova visão econômica para a Amazônia, em relação à biodiversidade. “É um conceito que precisa ser melhor compreendido, com um projeto de fato estruturante de biodiversidade. É necessária uma mudança estrutural urgente, para que tragamos renda para aquela população e tirá-la da ilegalidade”, apontou Syrkis. George Fernandes, CEO da Unicoba, destacou que, sem energia, não se tem como dar saúde e desenvolver a comunidade isolada. “Para que a solução de painéis solares chegue até elas, é preciso que o governo desburocratize a liberação de recursos para este tipo de

## PRÊMIO ZERO AWARDS

- # Jovem Inspiração: Bárbara Gosziniak.
- # Startup do Ano: Boomitra.
- # Contribuição em Vida: Jeffrey Abrahams.
- # Resgatar Nosso Clima: Embrapa - Celso Moretti.
- # Natureza - Proteção e Restauração: Guilherme Syrkis - Centro Brasil no Clima.
- # Construir Um Mundo Sem Desperdício: Be Green.
- # Limpar o Ar Que Respiramos: Nicola Cotugno - ENEL.
- # Recuperar Nossos Oceanos: Heloisa Schurmann - Voice of the Oceans.

problema”, reclamou.

O Painel Jovens Lideranças, ministrado por Verena Paccola, teve entre os temas o transporte elétrico e a falta de acesso a itens básicos como água. Samuel Lloyd, CEO Urbia Parques, trouxe algumas reflexões de

aprendizado com experiências na prática. “Por exemplo: a grama do parque Ibirapuera. Ao invés de colocar ‘não pise na grama’ porque vai estragar, use uma placa explicando a importância daquela área para a absorção de água e contenção de enchentes”, apontou Segundo Lloyd, é preciso pensar no que estamos fazendo. “Você não compra só a água, você compra também a garrafa plástica na qual ela está inserida. O que fazer com isso?”, indagou.

### PREMIAÇÃO ZERO AWARDS

A premiação do ZERO AWARDS foi realizada no Museu de Arte Moderna de São Paulo e enalteceu projetos e mentes inovadoras, com o reconhecimento a personalidades, instituições, empresas, startups e soluções de destaque. O prêmio conta com cinco categorias dadas pelo The Earthshot Prize, e outras três criadas pelo Zero Summit, sendo a categoria Startups apoiada pela Vidavo, na qual os vencedores terão a oportunidade de enviar um pitch sobre o seu projeto para um possível investimento. 



Zero Awards 2023 - Rodrigo Pedroso, Mario Terra e Lucas Di Grassi.

# 88ª Expozebu movimentou R\$ 133 milhões em leilões

Maior exposição de zebuínos do mundo mostrou julgamentos de animais, presença de criadores internacionais, a força da mulher pecuarista e o sabor da carne

Um recorde de movimentação nos leilões, com R\$ 132,3 milhões, avanço de 30% sobre o resultado do ano passado. Um total de R\$ 350 milhões em negócios. E duras críticas às invasões de terras no Brasil e ao clima de 'disputa eleitoral' que ainda predomina na política nacional. Essas foram as duas grandes marcas da 88ª edição da Exposição Internacional de Gado Zebu, a Expozebu, realizada em maio passado, em Uberaba (MG), e promovida pela Associação Brasileira dos Criadores de Zebu (ABCZ). A abertura do evento foi comandada pelo presidente da entidade, Gabriel Garcia Cid, e teve a participação dos governadores de Minas Gerais, Romeu Zema; Goiás, Ronaldo Caiado, e de São Paulo, Tarcísio de Freitas. Além de senadores; deputados federais e estaduais, prefeitos e secretários municipais de Agricultura de cidades da região do Triângulo Minei-

ro, e presidentes de federações de agricultura de vários estados. Gabriel Garcia Cid falou sobre a necessidade de modernização dos processos produtivos das raças zebuínas e criticou duramente as invasões de terras no país, com apoio dos governadores. "Queremos debater o boi para além da carne, trazendo ideias novas para todos os agentes da cadeia produtiva. Mostrar ao mundo que nosso crescimento em mais de um século de tradição foi sustentável. Trago uma mensagem de diálogo e união. Em nome da pecuária de corte e de leite. Temos um compromisso com a reconciliação. Mas exigimos respeito às leis. Invasão de terras é crime e os invasores precisam ser presos e processados", afirmou.

A Expozebu é a festa de Uberaba e da Pecuária do Brasil. Nove dias de animais, cheiro de carne, negócios, remates, reuniões, intercâmbio na-

## EXPOZEBU 2023

- # 2.300 animais inscritos
- # 35 leilões oficializados
- # Quatro shoppings de animais
- # 12 julgamentos de raças
- # Dois campeonatos especiais de matriz modelo e matriz frigorífico
- # Seminário sobre carbono neutro
- # 14ª edição do Encontro Rural Jovem

cional e internacional. Recepcionou mais de 600 visitantes de trinta países. Gente que viu de tudo o que a carne e o leite das raças produzem aqui. Caso do Brazilian Cattle, fundamental para fortalecer a imagem da pecuária nacional no exterior, que desde 2003 atua facilitando a abertura de mercados por meio da parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex – Brasil). Também sediou o encontro da Federação Internacional dos Criadores de Zebu (Ficebu). O presidente da Federação, José Santiago Molina Morán, recebeu o Mérito ABCZ na categoria Internacional e reforçou que o trabalho da entidade precisa ser mais inclusivo. "Ainda existem países com dificuldade de importar a genética zebuína e a Ficebu trabalha mui-



Gabriel Garcia Cid - Presidente da ABCZ: "Ideias novas para o boi e não para invasões"



Seminário sobre carbono neutro

to para que todos tenham acesso”. E a comitiva lembrou que Uberaba vai receber o Congresso Mundial de Zebu (Comcebu) durante a Expozebu 2024. Os julgamentos envolveram quase 1.600 animais das raças Brahman, Gir Dupla Aptidão, Gir Leiteiro, Guzerá, Indubrasil, Nelore, Nelore Mocho, Nelore Pelagens, Sindi e Tabapuã.

E dá-lhe atividade sem parar no Parque Fernando Costa. A Blogueira, vaca da raça Gir Leiteiro, foi a grande campeã da 43ª edição do Concurso Leiteiro. Setenta quilos de leite diários. Foram 70 vacas inscritas, um recorde, com exemplares das raças Gir Leiteiro, Girolando e Sindi, que disputaram nas categorias Vaca Adulta, Vaca Jovem e Fêmea Jovem. A 1ª edição do Workshop Mulheres do Zebu foi outro sucesso, estimulando o conhecimento técnico para criadoras e profissionais da agropecuária em onze oficinas de demonstrações práticas sobre conceitos básicos de morfologia e características das raças zebuínas e Girolando. O Brasil tem 817 mil mulheres no comando de propriedades rurais, mas ainda 19% do total dos produtores.

Os pecuaristas que atuam com Nelore e Nelore Mocho representaram a raça maior do Zebu e mostraram a qualidade e evolução genética dos rebanhos. “E que contribuem para a produção nacional de alimentos”, destacou Nabih Amin El Aouar, presidente da Associação dos Criadores de Nelore do Brasil (ACNB). A entidade organizou sete remates e ainda participou do ‘Zebu na Brasa’, evento que mostrou vinte estações com chefs especialistas em churrasco e pratos com leite. Os cavalos também brilharam na edição deste ano, com programação na Fazenda Experimental Orestes Prata Tibery Júnior. A

ABCZ Equishow levou 1.200 animais de onze raças. Equinos das raças Cavalo Bretão, Cavalo Campolina, Crioulo, Cavalo Friesian, Mangalarga Marchador, Mini Horse, Cavalo Paint Horse, Quarto de Milha, além de jumentos, asininos e muares. Eles participaram de provas de Team Penning, Ranch Sorting, Marcha e Morfologia, Rédeas, Laço Individual e Laço em Dupla, Working Cow Horse, Apartação e Três Tambores. A Equishow 2023 também apresentou seu lado social, com os projetos da Mini Fazendinha e Meu Amigo Animal, em parceria com o Museu do Zebu, demonstrando a força do cavalo para a



Os cavalos brilharam no ABCZ Equishow



Encontro Ficebu anunciou Congresso Mundial de Zebu em Uberaba - 2024

sociedade, como ferramenta de trabalho, esporte e lazer. “Foi uma programação extensa, que agradou a todos os públicos, desde as crianças aos criadores mais consagrados do país”, comemorou Alexandre Martendal, coordenador geral da Equishow.

A Fazenda Experimental ainda mostrou os resultados de pesquisa realizada pela Mosaic Fertilizantes durante dois dias de campo, que confirmaram o uso de nutrientes específicos para pastagens, contribuindo para os bovinos terem desempenho satisfatório durante o ano todo. “Com adubação adequada, o pasto recebe os nutrientes certos de que necessita para raízes mais profundas e folhas mais desenvolvidas. E o gado tem uma alimentação melhor. Assim, conseguimos uma redução na idade de abate dos bovinos, que ganham peso mais rápido, temos um menor ciclo de produção de proteína animal e menores emissões de metano na atmosfera”, afirmou Fábio Borba Ferrari, especialista de Desenvolvimento de Mercado pela Mosaic Fertilizantes.

A festa do ‘Mérito ABCZ’ encerrou

a 88ª ExpoZebu. Foram dezesseis homenageados e a novidade da categoria ‘Mérito ABCZ Jovem’. O Deputado Federal Pedro Lupion, Presidente da Frente Parlamentar da Agricultura (FPA), falou em nome dos agraciados durante a solenidade e reforçou a importância do diálogo entre a Câmara Federal e a ABCZ. “Tenho a grata satisfação de receber este prêmio e representá-los em Brasília. Buscando os interesses dos pecuaristas e produtores rurais. Enfrentando desafios imensos. Para isso existe a FPA”, agradeceu o Deputado Federal Pedro Lupion, Presidente da Frente Parlamentar da Agricultura. **AR**



14ª edição do Encontro Rural Jovem, na Expozebu

## MÉRITO ABCZ 2023

### Categoria Nacional

- # Antônio José Junqueira Vilela
- # Antônio Pitanguí de Salvo
- # Beatriz Biagi Becker
- # Fábio Edson Monteiro Bitencourt
- # Jorge Antônio Pires de Miranda
- # José Eduardo Prata Carvalho (in memoriam)
- # Leda Garcia de Souza
- # Luiz Claudio de Souza Paranhos Ferreira
- # Marco Antônio Andrade Barbosa
- # Ronaldo Andrade Bichuette

### Categoria Internacional

- # José Santiago Molina Morán: Presidente da Federação Internacional dos Criadores de Zebu (FICEBU)

### Categoria Colaborador

- # Meiracy Ribeiro de Alcântara: Escritório Técnico Regional da ABCZ em Salvador

### Categoria Político

- # Deputado Federal Pedro Deboni Lupion Mello: Presidente da Frente Parlamentar da Agricultura

### Categoria Técnico

- # Gilmar Siqueira de Miranda

### Mérito ABCZ Jovem

- # Helena Leonel Curi
- # Marcelo Eduardo Añez Chirineia

# Barter para cafeicultores

Lavoro lança campanha para negociar insumos através de operações de Barter

A Lavoro, primeira distribuidora de insumos agrícolas da América Latina a ter as ações listadas na Nasdaq, bolsa de valores americana, vem investindo na oferta de operações estruturadas para produtores rurais de várias regiões e cultivos do país. Ainda visando o ciclo 23/24, o grupo lançou a campanha “Café Certo”, que pretende negociar os insumos da safra com os grãos de café disponíveis ou futuros, por meio de contratos de Barter, com condições especiais para seus clientes. As transações poderão ser realizadas na modalidade Barter Físico, com a Operação Alvo.

Com a iniciativa, vigente até 30 de julho de 2023, a empresa espera avançar nas vendas de insumos agrícolas para essa cultura em

particular. As operações serão focadas em São Paulo, Minas Gerais e Rondônia, estados campeões na produção de café no Brasil. Somente em 2022, a Lavoro atingiu mais de R\$ 550 milhões em contratos com a campanha Milho Certo, que possuía uma mecânica similar. Já com a Soja Certa, que funcionou nos mesmos moldes e ficou em vigor até o dia 30 de abril de 2023, a companhia chegou a mais de R\$ 750 milhões.

“Queremos ampliar ainda mais nossa atuação no Brasil, com instrumentos financeiros muitas vezes desconhecidos pelo produtor, mas que são extremamente importantes para mitigar os riscos das oscilações de preços das commodities e aumentar a rentabilidade dos nossos clientes”,



explica Marcos Oliveira, Diretor de Operações de Commodities da Lavoro.

As negociações dentro do modelo de Barter são realizadas nas Bolsas de Valores B3, no Brasil, e de Chicago e Nova York, nos Estados Unidos, com a intermediação de uma instituição financeira parceira da Lavoro.

Na Operação Alvo, caso o café atinja determinado nível de preço, a transação é automaticamente “desmontada”, e o ganho creditado ao agricultor. “Caso a cotação do café tenha uma queda inesperada, o produtor estará protegido, uma vez que os grãos já foram vendidos. Da mesma forma, se o valor subir, nós atribuímos um bônus ao agricultor que pode garantir os insumos necessários para a próxima safra. Além de ser uma excelente ferramenta de gestão da propriedade rural, a operação promove uma redução de custos operacionais, que gira em torno de 4% a 10%”, ressalta Oliveira. **AR**



Plantação de café.

# O Show Tecnológico do Agro Brasil!

O Campo entra numa fase histórica. Produz mais, garante margem, obtém lucro e vence até mesmo o clima. Bem vindos ao futuro!



Quase 200 mil visitantes em cinco dias da Agrishow 2023

**D**e um lado, um equipamento autônomo, uma espécie de robô, movimentando-se sozinho sobre uma pequena área de plantio, acompanhando com raios de luz o desenvolvimento de cada planta. De outro, um trator imenso, de oito rodas gigantes, que não precisa de piloto, conhecendo cada palmo de chão da propriedade em circuitos microscópicos de um minúsculo com-

putador de bordo. Mais a frente, um show de máquinas que carregam capacidade de navegação muito acima da nave que levou o homem à Lua. Visitas virtuais a lavouras localizadas a milhares de quilômetros. Palestras interativas misturadas com filas para o café da Starbucks. Pulverizadores, plantadeiras, drones como 'aranhas voadoras', equipamentos que sobem, descem, abrem asas como borbole-

tas, diminuem de tamanho para rodar em estradas, pontes, viadutos, navegar pelo campo sem estragar nenhum talhão. Sementes que enfrentam secas severas e o excesso de umidade. Retângulos brilhantes que se voltam para a estrela maior, o sol, emprestando energia de um corpo celeste que está morrendo para dar vida a alimentos e produtos de saúde e conforto.



“O maior dividendo do Agrishow é a troca de informação.”

**Francisco Maturro,**  
Ex-Presidente  
da Agrishow

### 28ª EDIÇÃO DA AGRISHOW 2023

# 530 mil m<sup>2</sup> | Mais de 800  
marcas expositoras do Brasil  
e exterior

# Público de 200 mil pessoas

# 5 mil empregos temporários

# R\$ 13,2 bilhões em negócios

# Crescimento nominal de 18%  
e aumento real de 9,5% sobre  
a edição de 2022

O que é isso? É o futuro que chegou e acaba de sustentar a safra recorde de grãos que o Brasil colheu, mais de 310 milhões de toneladas, como a Revista AgroRevenda já anunciava há quase um ano. Sim, existem desafios que nunca serão domados por inteiro. Como o clima. Mas o Agro Brasil deu um salto histórico neste ano. A Ciência garante de vez produtividade maior, margem,

resultado. Buscando soluções em qualquer lugar do planeta. Como os oceanos, no caso das macroalgas industrializadas para serem usadas como fertilizantes, extratos de uso agrícola e bioinsumos para uso na nutrição animal e humana. “A espécie foi escolhida por apresentar elevada produtividade, rápida velocidade de crescimento e produzir diversos biocompostos de interesse

econômico. Com vários benefícios ambientais, nutrientes para plantas, uso para diversas culturas, produto orgânico de alta qualidade nutricional e palatabilidade, além de potencial para uso em carnes vegetais e nutrição animal”, explica Lucas Welsh, Engenheiro de Aquicultura da Algatec Bioinsumos, empresa que produz algas marinhas e bioinsumos em Santa Catarina.

Das profundezas dos mares para o ar. Proteger a planta é preciso, mas recuperar áreas que não germinaram bem é ainda mais necessário. Os aviões de pulverização são velhos conhecidos do nosso campo. Garante que não há perdas por amassamento, trabalha em até 200 hectares por hora, treinam constantemente os pilotos e, hoje, ainda prometem sustentabilidade, operando com etanol no lugar do querosene. Os aparelhos podem custar mais de R\$ 10 milhões, dependendo do modelo. Um investimento alto, dominado pelas grandes propriedades, mas que vem crescendo. Atraindo empresas nacionais, que estão no mercado há cinco décadas. Exemplo do modelo Ipanema, obra da brasileira Empresa Brasileira de Aeronáutica (Embraer), até multinacionais, como a argentina AgSur Aviones, que marca presença no Agrishow há dez anos e tem presença física no Brasil. “Não é só vender um avião agrícola. Damos assistência em todo o processo de compra e entrega, qualificamos permanentemente os pilotos em nosso Centro de Treinamento, ajudamos na produtividade crescente das lavouras. E o equipamento ainda pode ser usa-

do em outras atividades da fazenda, como transporte e combate a incêndios. Por isso tanto interesse de produtores pelo nosso Air Tractor”, afirma



Aviação agrícola Argentina presente no Brasil há uma década.

“ A feira sempre foi feita com o que há de mais sagrado: a relação de confiança do produtor, poder público, dos expositores, fabricantes, do Roberto Rodrigues, que cedeu a área quando era Secretário. São muitos atores. E a gente espera que essa relação continue. Tudo é Agro. Tudo é confiança”.

**Francisco Matturro**

José Cezar, da AgSur Brasil, representante da corporação portenha. Porém, o horizonte tem sido invadido por milhares de objetos voadores, bem menores, e ajudando o agricultor a vigiar e recuperar cada semente que nasce no solo. Até nas novelas de televisão. As empresas de drones multiplicam-se com novos e mais negócios, no mundo inteiro. A americana EAVision, uma das três maiores marcas de drones para pulverização do mundo, investe R\$ 20 milhões na construção da sua primeira fábrica no país, em Cravinhos (SP). E aposta tudo no modelo EA-30X Pro, equipamento que faz rápido desvio autônomo de obstáculos, voa a partir de 70 centímetros do alvo, mostra 92% de eficiência e performa com mais economia no consumo de água. Preço médio de R\$ 250 mil. projeta um cenário de crescimento com o investimento



Julio Cezar Pignata, da EAVISION - Drones pulverizando 10 mil hectares e fábrica nova no Brasil.

de R\$ 20 milhões na construção da sua primeira fábrica no País. Localizada em Cravinhos (SP), a unidade será inaugurada ainda em 2023.

“O produtor pode ter certeza de que é uma solução com alta eficiência em todos os tipos de climas e culturas. E não é só para pequenas propriedades. Também faz o ajuste fino de morros, laterais e baixios de difícil acesso depois que a grande área aplicou o produto com máquinas ou aviões”, diz o diretor comercial Júlio Pignata Branco. Em menos de um ano de Brasil, a empresa já acumulou mais de 10 mil hectares pulverizados, porém, garante estoque para pronta entrega e promete montar o equipamento aqui, a partir de 2024. “O mercado brasileiro possui cerca de 10 mil aeronaves em voo. O Brasil já entendeu que a utilização do drone é vantajosa e a previsão do setor é de que, até 2025, tenhamos 50 mil aeronaves de pulverização operando nas lavouras brasileiras”, complementa.

Os chineses, ‘pra variar’, chegaram com tudo. A DJI tem portfólio distribuído no Brasil pela Agri Drones Solutions (ADS), em 170 postos de vendas. Está de olho em áreas pequenas e de alto rendimento. Tem dois lan-

çamentos com capacidade para 20 litros, 25 kg de dispersão de sólidos, radar faseado em 360 graus e radar binocular para desvio automático de obstáculos. “Eles custam R\$ 125 mil, são importados, mas parte dos equipamentos já podem ser entregues a partir da formação do piloto”, informou o diretor de tecnologia da ADS, Matias Lazarotto.

Já a Campo Digital, marca da Coopercitrus, compra e revende drones da Geo Agri, que importa os equipamentos, e vendeu neste ano quase trezentas unidades. Bem acima do ano passado, quando comercializaram 70 drones, numa média de R\$ 180 mil cada. “No caso da cooperativa, a ênfase não é apenas vender, mas ofertar aos cooperados um pacote, com drone, gerador de energia, misturador, carreta-trailer de pulverização. São lavradores de São Paulo, Minas Gerais e Goiás. E a Campo Digital tem a isenção de PIS/Cofins, além de financiamentos em até dois anos”, acrescenta o gerente de tecnologia da Geo Agri, Luís Fernando Camarim da Fonseca.

Existe máquina leve sobrevoando a produção. Soluções que vão da borracha às esteiras. E peso pesado da tecnologia rodando os talhões em nome de eficiência, imagem ainda marcante e tradicional do setor. Como o mais caro da Feira, o trator Steiger 620, da Case, monstro de 700 cavalos de potência, oito pneus, cada um valendo R\$ 30 mil, investimento total de quase R\$ 6 milhões, que movimenta trinta toneladas sem patinar, sobre solos irregulares e inclinados. Serve para a roça e para mineradoras. Tem piloto automático com sistema de georreferenciamento e a troca de marchas pode ser feita por um joystick. Equipamento grande, de 22 toneladas e oito metros de comprimento, potente e caro. Mas reduz o custo da operação, gasta menos com-

bustível, proporciona o encaixe dos períodos de plantio ou colheita dentro de uma janela climática, quando há chuva, estiação ou umidade favoráveis. Com ele, a conta fecha para esse modelo de negócio. E mais. Forrageira com plataforma de nove metros, colheitadeiras que tiram logo a produção do solo para o melhor preparo do solo, pulverizadores com inteligência artificial e barra de mais de quarenta metros. Jato na medida certa. Na planta exata. O desperdício é proibido. Em nome da sustentabilidade total. As empresas têm fixação nas normas que regulamentam a emissão de poluentes para motores em todos os países do mundo. E só pensam nisso lá na linha de produção.

“Relançamos toda a família de caminhões, com mais de 30 modelos e 270 variações, focando em eficiência, conforto, segurança e tecnologia”, adianta o diretor de marketing da Volkswagen Caminhões e Ônibus, Luciano Cafure. O analista de marketing da Scania, Rafael Merot, explica que a expectativa é o mercado melhorar cada vez mais devido à renovação de frota para os modelos que atendem às novas exigências ambientais. “Estamos muito otimistas com os negócios, vendendo bem e inovando sem parar, como é o



Coopercitrus apresentou oportunidades de negócios com Barter



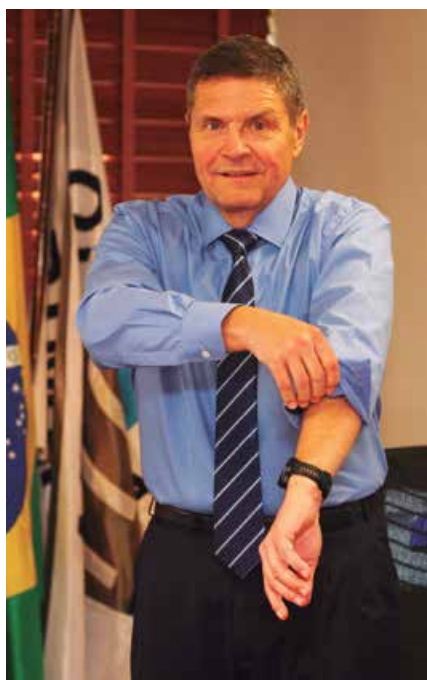
Trator Steiger 620: 700 cavalos de potência que valem R\$ 6 milhões

caso de nosso super bitrem para o setor florestal, um rodotrem com capacidade para 90 toneladas de grãos e veículos movidos a gás e biometano”, apresenta satisfeito. Corrida disputada palmo a palmo por outros gigantes, como DAF Caminhões e Mercedes-Benz. Todos conjugando sabedoria e inovação com empresas menores, que fornecem displays, aplicativos e interfaces com sensores e atuadores em implementos agrícolas.

Zap rápido e falamos agora do que o produtor não consegue enxergar com os olhos. A startup Doroth, de Piracicaba, elabora testes rápidos para identificação de biológicos, em nível de DNA, para facilitar a identificação e o monitoramento de doenças foliares e presença de ervas daninhas nas lavouras. Atualmente, monitora mais de 240 mil hectares. A Krilltech desenvolveu a arbolina, uma nanopartícula que atua nas reações químicas das plantas e vegetais, funcionando como catalisadora das funções digitais, corrigindo rotas específicas das plantas, de acordo com suas necessidades. Uma inovação criada com o apoio da Universidade de Brasília e Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa). Ambas ficaram no pódio da 2ª edição do Prêmio Agrishow de Startups. “Os

produtores rurais são os maiores beneficiados com uma premiação e um espaço direcionados As startups fazem a ligação entre o homem do campo e os avanços tecnológicos”, justifica Haroldo Franco Junqueira, CEO da Core Innovation Drive.

Você, que acompanha esse relato, deve se perguntar: mas tudo isso é muito caro? Exato, acertou na mosca. Mas o sucesso do Agro de nosso país nesse ano inigualável é que tudo ‘custa caro, vale a pena investir e dá retorno se o trabalho for bom’. Duvida? Venha



comigo. Os Fundos de Investimentos em Cadeias Agroindustriais (Fiagros) já movimentam mais de R\$ 17 bilhões ao ano. E a Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima), crava que, somente nos dois primeiros meses deste ano, os Fiagros alcançaram o valor de R\$ 11,1 bilhões. Um salto fantástico de 540% no patrimônio líquido dos fundos. “Já temos 44 fundos registrados na B3 e esperamos que outros possam surgir a partir da Agrishow deste ano, vindos

## O BASTÃO DO SHOW É DO JOÃO!

### A organização da maior feira agrícola do planeta passa das mãos de Francisco Maturro para João Carlos Marchesan

Um anúncio aguardado com ansiedade e feito no último dia da AgriShow 2023. O empresário João Carlos Marchesan assumiu a presidência do evento, ocupando a gestão das próximas duas edições, até 2025. Ele assume o lugar de Francisco Maturro, que comandou as últimas quatro feiras. Marchesan é o 1º Vice-Presidente do Conselho de Administração da Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (ABIMAQ) e empresário do setor de máquinas e equipamentos agrícolas. “A feira cresce fortemente a cada ano e apresenta máquinas, tecnologias e soluções para todos os tamanhos de propriedade rural e os variados tipos de cultura, atendendo às principais demandas para o produtor rural crescer”, analisou Marchesan, na primeira entrevista dada por ele depois. É a continuidade de um sucesso e rodízio do comando do evento desde 2007. E que as realizadoras fizeram questão de elogiar, além de agradecer ao empresário, líder de entidade e homem público Francisco Maturro.

“ Nós somos movidos por desafios e este é mais um. Ajudamos a fundar o Agrishow, estamos aqui desde 1994. E temos muito prazer. Conseguimos ser a maior feira de máquinas da América do Sul em campo aberto e devemos ser a maior do mundo porque crescemos sem parar. E seguimos melhorando tudo. Área, acessibilidade, participantes, público”.

de setores como locação de máquinas, armazenagem e logística”, adianta o deputado federal Arnaldo Jardim, que participou do evento ‘Agro e o mercado de capitais’, realizado pelo Instituto Brasileiro do Direito do Agronegócio (IBDA), Instituto Pensar Agropecuária

(IPA) e a Frente Parlamentar da Agropecuária (FPA). O presidente do IBDA, Renato Buranello, ressalta que a criação dos Fundos foi um divisor de águas para ampliar as fontes financiadoras. “O crédito privado precisa somar-se ao mercado bancário e se transformar em



Frota renovada com modelos que atendem exigências ambientais.

### JOÃO CARLOS MARCHESAN

- # Administrador de empresas, empresário e presidente do Conselho de Administração da Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (Abimaq)
- # Vice-Presidente da FIESP desde janeiro de 2022
- # Membro do Conselho de Administração da Empresa Marchesan Agro Industrial e Pastoril S/A desde 2014
- # Conselheiro do Centro das Indústrias do Estado de São Paulo (CIESP) desde 1995
- # Vice-Presidente da Câmara Setorial de Máquinas e Implementos Agrícolas (CSMIA/ABIMAQ) desde 1987

mais um instrumento de financiamento, com melhores prazos e taxas”, reforça.

Prova disso é o caso da Traive, especializada no mercado de capitais para o agro no Brasil. O Diretor de Desenvolvimento de Negócios Maurício Quintella roda o país com outros executivos da fintech para apresentar a plataforma da empresa e discutir dois casos práticos de financiamento. A linha de financiamento em dólar direto a produtores rurais do Cerrado por meio de um Certificado de Recebíveis do Agronegócio (CRA) e o financiamento digital de desconto de recebíveis para distribuidores agrícolas com um Fundo de Investimentos em Direito Creditórios (FDIC). Com sede nos Estados Unidos e atuação no Brasil, a Traive foi fundada em 2018. “Somos uma plataforma tecnológica que utiliza dados e Inteligência Artificial para desenvolver soluções de análise de risco, conectando indústrias da cadeia agrícola ao mercado de capitais, auxiliando revendas, cooperativas e produto-



Maurício Quintella, da Traive, financiamentos dirigidos a produtores e distribuidores em dólar.

res rurais a terem acesso a recursos financeiros e dados que incrementam seus negócios”, reitera Maurício Quintella. Caso das próprias indústrias de máquinas, que oferecem planos para pagamento em até seis anos, fechados nas vendas, com crédito próprio e iniciativas via canais do Governo Federal e a rede bancária. “Batemos recordes todo ano. O volume de negócios fechados deve crescer cerca de 20% somente em Ribeirão Preto. Nosso banco possibilita alternativas ao cliente. Os

negócios também são impulsionados pelas ofertas de equipamentos, pois possuem desde trator de 36 cavalos para o pequeno produtor até trator de 500 cavalos”, argumenta Sérgio Moreira, gerente comercial do Banco John Deere.

E o Bradesco, maior banco privado a atuar no Agro, coisa de quase oitenta anos, é prova maior desse novo momento financeiro na área. A corporação atingiu nada menos do que R\$ 3 bilhões em negócios relacionados à aquisição de máquinas e equipamentos agrícolas em Ribeirão Preto, o dobro do registrado em 2022. O Vice-presidente do banco, José Rocha Neto, analisou que o crescimento e a evolução do agro brasileiro explicam o resultado. E os negócios têm tido observância maior aos critérios das boas práticas ambientais, sociais e de governança. “Além dos recordes de produção, estamos acumulando avanços tecnológicos no campo, destacadamente no uso de conectividade e análise de dados que resultam em enormes ganhos de eficiência, volumes de negócios e benefícios ambientais”, afirma.

No primeiro trimestre, o Bradesco mostrou crescimento no crédito rural, o que deve se estender ao restante do ano. “Nossa expectativa é ajudar o desenvolvimento de uma nova era de crescimento da produtividade do campo neste e nos próximos anos”, completa Rocha.

O estande do Bradesco ficou lotado de produtores durante cinco dias, todos atrás de informações sobre as principais linhas de financiamento da corporação para máquinas, equipamentos agrícolas e crédito para produção rural, como Cédula de Produto Rural Financeira (CPR-F), repasses do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), incluindo BNDES Crédito Rural, CDC-agro, Leasing, Consórcios, Seguros, além de todo o portfólio de produtos e serviços. “O Banco marca presença no setor há décadas e atuamos nas principais feiras agropecuárias para firmarmos nossa marca de estar sempre ao lado do agricultor brasileiro”, garantiu Roberto França, Diretor de Agronegócios do Bradesco. O banco possui 14 plataformas específicas de atendimento ao agro e mais de 100 funcionários focados no segmento. O site Bradesco Agronegócio



Equipes da Coopercitrus e Banco Bradesco no espaço da cooperativa



Luiz Carlos Trabuco, Presidente do Conselho de Administração do Banco Bradesco, ao lado do Carlão da Publique

(bradescoagronegocio.com.br) é outro serviço à disposição dos clientes. Lá, é possível encontrar informações sobre as linhas de financiamento, relação atualizada dos principais eventos do País, guia de fornecedores parceiros, indicações de serviços técnicos agropecuários e informações agrícolas com o calendário das atividades.

E não é que, em meio ao boom da vanguarda tecnológica que 'assola' o meio rural, ainda persistem vitoriosos conceitos que já sustentaram e revolucionaram os negócios rurais? É o caso do barter, a operação de troca da produção futura de grãos do empreendedor rural por insumos, máquinas e serviços de tecnologia agrícola com as cooperativas e os distribuidores de insumos agrícolas e pecuários. Que é um dos destaques da Coopercitrus, a Cooperativa de Produtores Rurais com sede em Bebedouro (SP), uma das maiores em fornecimento de insumos, máquinas, implementos e suporte técnico. São mais de 38 mil cooperados e unidades de negócios em 65 municípios de três estados. Uma gigante que espelha o sucesso da jornada rural verde & amarela, além dos eventos como a Agrishow. O espaço dela reuniu sessenta empresas parceiras líderes globais e mais de 550 colaboradores para atender visitantes, oferecendo sementes, fertilizantes, defensivos, ferramentas, sistemas de irrigação, energia fotovoltaica, saúde e nutrição animal, tratores, máquinas, implementos e soluções de agricultura de precisão.

"A estratégia do barter ainda é uma excelente alternativa para o gerenciamento de riscos, permitindo ao produtor cobrir custos, evitar exposição à volatilidade do mercado e antecipar a visualização da rentabilidade de sua produção", esclarece Hermeto Neto, gerente do Departamento de Grãos da Cooper-

citrus, que ainda oferece outras modalidades de negociação, como contrato futuro e o spot/balcão. "A vantagem dessas modalidades é que o cooperado pode adquirir os serviços dentro da loja da cooperativa com condições diferenciadas", reforça Hermeto Neto.

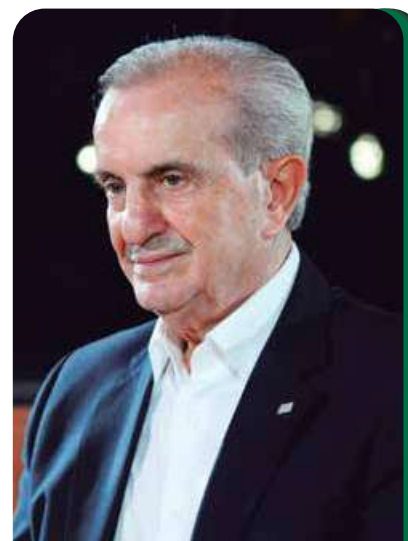
Com o lastro de quase 150 anos de parceria com produtores, as cooperativas também solidificam a postura de financiadores da fazenda. E as cifras são de centenas de bilhões de reais. "Faturamos para os nossos cooperados quase R\$ 2 bilhões, com as empresas expondo seus produtos no estande 'Shopping Rural'. Para isso, envolvemos mais de 400 profissionais e convidamos doze mil associados", revela o CEO da Coopercitrus, Fernando Degobbi. "Conseguimos repetir os números do ano passado, atendendo nossos produtores", ratifica o gerente corporativo de negócios da Coplacana, José de Paula Neto.

Outra modalidade que embala parcerias é o velho e bom consórcio. A multinacional francesa Kuhn e o Bradesco lançaram uma opção com parcelamentos de até 90 vezes sem juros para a compra em produtos de toda a linha da Kuhn. Os clientes encontrarão suporte completo e canal direto de atendimento exclusivo com o Bradesco nas revendas, além de um simulador para visualizar todo o valor do consórcio e as melhores taxas.

### O CÉU É O LIMITE!

Voltando a falar do espaço, outra avalanche tecnológica é a oferecida pelas empresas de irrigação. Uma ferramenta imprescindível mesmo para um país tropical. Não esqueça que aqui chove bem, mas também há seca, clima irregular, pouca umidade. A Lindsay e a GD Energia oferecem pacote duplo. Pannel solar e projeto completo de irri-

gação. "É um artifício fundamental para as propriedades. Custos menores e agricultura mais sustentável. A maior demanda é na produção de grãos, mas a cultura de cana também está aumentando. O preço depende de cada projeto", destaca o especialista em produtos da Lindsay, Rodrigo Bernardi.



### FRANCISCO MATTURO

- # Graduado em Administração de empresas na Universidade de Araraquara (FEFIARA - Atual Uniara)
- # Foi diretor da Marchesan Implementos e Máquinas Agrícolas
- # Ocupou a presidência da CSMIA/ABIMAQ
- # Atuou como diretor da Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG)
- # Foi Diretor na empresa Jumil
- # Comandou a pasta da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo, onde teve atuação decisiva para importantes programas como regularização ambiental (CRA), regularização de terras, pesquisa, padrão sanitário, compra de equipamentos, Rotas Rurais, Arranjos Produtivos Locais, Nova Frota, entre outros



Instalação de cerca rápida nas fazendas, investimento tradicional e necessário

Mas, afinal, a Agrishow nasceu com a raiz das máquinas. E elas só trouxeram boas notícias para as companhias do setor. A Grunner faturou em cinco dias mais de R\$ 82 milhões com suas Smart Machines, capazes de operar durante 17 mil horas, com 850 mil quilômetros rodados. “Mudamos de patamar e temos a perspectiva de operar nos campos brasileiros com mil unidades até o fim do ano, com o conceito do ADS, uma máquina tradicional na distribuição de sólidos, que ingressa no mercado de grãos para aplicar gesso, calcário e compostos orgânicos. Com 40% de redução no consumo de combustível, 40% a menos de lubrificantes e 30% a menos no custo de reparo e manutenção”, comemora o CEO Denis Arroyo. A Jumil vendeu 223 máquinas, que resultaram num aumento de faturamento de 30% em relação à edição anterior da feira. Graças às plantadeiras que otimizam o rendimento operacional, distribuem melhor as sementes e diminuem o tempo de parada para o abastecimento. A XCMG Brasil, líder no setor de máquinas pesadas na China e a terceira no mundo no segmento, levou vários lançamentos e vendeu 5% a mais do que no ano passado.

“E esperamos uma reação ainda mais positiva no segundo semestre, principalmente com o início da comercialização do nosso novo trator agrícola”, informa Renato Torres, diretor comercial da XCMG.

A pouco conhecida brasileira Laboremus, da Paraíba, apresentou a primeira colheitadeira de palma do mundo, a Avohay, uma inovação para a região semiárida do Piauí ao norte de Minas Gerais. Cada unidade custará R\$ 200 mil e a previsão é iniciar a comercialização até o final do ano. Já a Iveco e Revo mostraram que produzir é estar no campo com tudo. O ônibus Base Rural pode atender as propriedades rurais customizado a pedido do comprador e traz poltronas, mesa de reunião, dispositivo de poltrona móvel para pessoas portadoras de necessidades especiais ou feridas, frigobar, sanitário químico, micro-ondas, bebedouro de água, maca para eventuais acidentados, lavador e área de convivência externa com toldo acoplado. “Os principais interessados são do interior de São Paulo, Triângulo Mineiro e região Centro-Oeste”, informa animado o gerente nacional de vendas da Iveco Bus, Wellington Monte.

Não vamos esquecer das novidades da Pecuária, pois o Brasil é fera e líder mundial quando o assunto é carnes, principalmente de carne bovina, leite, carne de frango e suína. O olhar prima pela qualidade das proteínas, investindo em ações de sanidade e respeito ao bem-estar animal. Currais, porteiros e bebedouros em concreto protegido e de alto adensamento. Troncos que garantem o manejo dos animais sem qualquer toque ou agressão ao rebanho. Balanças inteligentes que automatizam e agilizam a gestão de sistemas intensivos. Cercas montadas com rapidez, uma solução inovadora que otimiza, mecaniza e acelera a instalação nas propriedades. Sem falar na nutrição total. Rações com proteínas, vitaminas, cromo, levedura, minerais e proteínados. indicados para cada período do ano com o melhor custo-benefício. “Queremos crescer as vendas em pelo menos 10% neste ano. Com nossos misturadores, vagões, tudo para pecuária de corte e leite. Nossos equipamentos mais sofisticados saem por R\$ 500 mil, mas a média é de R\$ 100 mil”, conta Luiz Fernando Pereira,



Lucas Ezequiel - Realmaq Agropecuária “Vendas em alta para nutrição pecuária”



## MAURÍLIO E EDUARDO BIAGI SÃO HOMENAGEADOS

O prêmio '100 Mais Influentes do Agronegócio', organizado pela primeira vez pela plataforma Agro World, do Grupo Mídia, premiou as personalidades do Agronegócio brasileiro. Um reconhecimento para os líderes que colocam o setor como importante agente de desenvolvimento do País. Os eleitos foram homenageados durante um evento realizado no Theatro D. Pedro II, em Ribeirão Preto (SP), um prédio histórico da cidade. Foram 10 categorias, com 10 ganhadores em cada uma, e votação aberta pela internet. Eduardo Biagi é empresário da área de açúcar e álcool, planta café e é pecuarista de corte, comandando o criatório Carpa Serrana. Ele foi representado na cerimônia por Luis Otávio Pereira Lima, Gerente de Pecuária da Carpa. Outros vencedores foram Kleber Gomes, CEO da Ourofino Saúde Animal; Paulo Tibúrcio, Presidente Executivo da Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários (ANDAV); Francisco Maturro, Presidente da Agrishow; Bernardo Biagi, Presidente das Usinas Batatais e Cevasa; Duarte Nogueira, Prefeito de Ribeirão Preto; Carlos Fávaro, Ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA); Eduardo de Souza Monteiro, da Mosaic Fertilizantes e Associação Nacional para Difusão de Adubos (ANDA); Sérgio Bortolozzo, Presidente da Sociedade Rural Brasileira (SRB), e Sheila Albuquerque, Presidente do Agrogalaxy. A cerimônia de premiação terminou com uma homenagem especial a Maurílio Biagi, pela trajetória e importância ao agronegócio e empreendedorismo no país. Quem recebeu a placa da homenagem póstuma foi Maurílio Biagi Filho, presidente do Grupo Maubisa# R\$ 134,4 milhões.

vendedor da Realmaq Agropecuária, fundada em 2000 pela família Ezequiel, em Ribeirão Preto.

E dá-lhe equipamentos de energia solar, mil opções de seguros, sementes, biológicos, silos, pneus, reservatórios de

água, misturadores de ração, produção de queijos e embutidos, pilotos automáticos e conectividade. A ConectarAGRO auxiliou a promover a conectividade, via banda larga 4G, para mais de 14,4 milhões de hectares de áreas rurais e remotas no Brasil, beneficiando cerca de 1,1 milhões de pessoas, 90 mil propriedades rurais cobertas, 525 cidades, 13 estados, 65 unidades básicas de saúde e 221 escolas públicas em áreas rurais.

A Associação também foi responsável pela cobertura de mais de 29,2 milhões de hectares de soluções de Internet das Coisas. O NB-IoT é necessário para conectar máquinas e sensores, ferramentas importantes para o desenvolvimento do agro, podendo ampliar em mais de 40% a cobertura tradicional em relação ao uso de smartphones, além de consumir menos bateria. "Isso é essencial para a sustentabilidade do sistema produtor brasileiro e para so-

lucionar questões urgentes, como a fome no mundo, empoderando o produtor rural, de qualquer porte, a atingir a máxima eficiência com a aplicação de tecnologias no campo", confirma Ana Helena de Andrade, Presidente da ConectarAGRO.



Luis Otávio Pereira Lima (Carpa Serrana) recebe prêmio em nome de Eduardo Biagi



Prêmio entregue a Paulo Tibúrcio, Presidente Executivo da ANDAV.

É uma revolução que não tem fim. Bem desenhada e prognosticada por quem acompanha de perto. “No longo prazo, poderemos sofrer com um aumento das restrições internacionais aos nossos produtos. Impactando de forma negativa a balança comercial. Mas o setor seguirá trabalhando para manter o diálogo com os países e as regiões. O agro é competitivo por se basear em ciência, tecnologia, produtividade e sustentabilidade. E segue investindo em capacitação criativa e qualidade”, analisa o presidente da Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG), Luiz Carlos Corrêa Carvalho. “O agronegócio precisa ter atenção às barreiras internacionais, mas também algumas demandas internas, como o acelerado crescimento e desenvolvimento tecnológico. Caso dos bioinsumos, que cresce 50% no Brasil contra 20% no mundo”, alerta o ex-ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) Roberto Rodrigues. “O Governo de São Paulo tem objetivos alinhados e concretos com o setor. Nossa expectativa é de transformação da capacidade produtiva e da qualidade de vida de nossos produtores. Vamos melhorar a vida das pessoas do campo no país inteiro”, decreta Antonio Junqueira, secretário de Agricultura e Abastecimento da gestão Tarcísio de Freitas.



Antonio Junqueira (Secretário de Agricultura de SP)  
“Vamos melhorar a vida das pessoas do campo”



A cana gigante do Instituto Agronômico de Campinas (IAC)

Principalmente, para novos atores como as mulheres, seja no talhão ou nas máquinas agrícolas. Elas ocupam cada vez mais espaços. A produtora piauiense Lucia Bortolozzo é uma das que participam ativamente das iniciativas. “Precisamos fortalecer ainda mais nossa

representatividade no campo, começando pelas entidades de base, como os sindicatos, as associações e os eventos”, aconselha a lavradora de café em Araraquara e que ainda cultiva soja, milho e algodão em Uruçuí (PI).

AR



Luiz Carlos Corrêa Carvalho (ABAG), ao lado do Carlão da Publique “O agro é competitivo”!



## O NOVO PRESIDENTE!

“O evento em 2023 foi um sucesso. E continuará sendo nos próximos anos. E vamos planejar muito bem o que fazer até 2030”.

“Trabalhei com o Chiquinho durante quarenta anos. É um excelente profissional, ser humano fantástico, atuou maravilhosamente depois de ser chamado pela ABAG. Cumpriu uma etapa que fechou neste ano com chave de ouro. É um homem visionário, tem tudo de bom. E agora é o rodízio e cabe a mim fazer o melhor, o que deve ser feito”.

“É a primeira vez que presido a feira. Em nome da ABIMAQ. Como deixei o cargo para o Gino (Gino Paulucci Junior), comandando a Associação, um profissional brilhante, ocupei a primeira vice-presidência e vou presidir a Agrishow”.

“O Agro anda com suas próprias pernas. E vai continuar crescendo. Estamos fazendo 310 milhões de toneladas e teremos 500 milhões de toneladas em 2030. Somos os maiores exportadores líquidos de produtos agrícolas. Se o mundo quiser comer, e o poder aquisitivo for melhorando no planeta, todos vão ter que buscar comida no Brasil. Nós é que temos condições para isso. Crescemos exponencialmente a produtividade. Temos duas safras, três safras, integração lavoura - pecuária - floresta, cinco opções de produção, regiões altamente produtivas”.

“O produtor não precisa de incentivo. Ele é o incentivo. Levou desenvolvimento ao Centro Oeste. Claro que tudo que melhorar as condições de produção ajuda, como infraestrutura, armazenagem, precisamos escoar rápido com trens e portos. Mas atingimos a agricultura 4.0, conectada, com telemetria. É o que temos, é o nosso foco. As novas gerações chegaram ao campo, bem formadas, essa é a nossa revolução. O agro é tech, é pop, mas é nosso!”.

## O FRANCISCO MATTURRO!

“Foi emocionante fechar o Agrishow e a minha presidência. Eu exerci dois mandatos, pela ABAG e pela ANDA. No total, acabaram sendo seis anos por causa da pandemia. Foi uma honra ocupar esse posto. E transmitir o cargo ao João. Agrishow está em ótimas mãos”.

“Foram dias de céu brilhando e bons negócios. Os números são importantes, é caro fazer uma feira dessas, o expositor precisa ter o seu retorno, o visitante também. Porém, o dividendo mais importante é a troca de informação. As demandas dos produtores, dos engenheiros, dos fabricantes. É rico para quem recebe informação dos dois lados. É uma universidade a céu aberto”.

“Eu nasci no agro. Vou demorar a morrer e quero continuar trabalhando pelo agro do meu país, meu estado e minha região. Nunca vou me aposentar. Trabalho ao lado de amigos. E todos trabalhamos pela união dos interesses públicos e privados do Brasil”.



# O Novo Agricultor do Brasil!

EY e CropLife Brasil apresentam perfil do produtor e comprovam que os mais jovens e escolarizados gostam das novas tecnologias



Custo é empecilho para investir mais em tecnologia

A EY, uma das maiores empresas de consultoria e auditoria do mundo, em parceria com a CropLife Brasil, associação que reúne as principais empresas que atuam nos segmentos de sementes, biotecnologia, defensivos químicos e produtos biológicos, lançaram o estudo "Inovação no agronegócio e a qualificação do produtor brasileiro na era digital". O objetivo é apresentar um panorama atual do setor de agronegócios em relação aos desafios e às oportunidades, mostrando o perfil do agricultor brasileiro, além de identificar as percepções de quem trabalha diretamente na aplicação das tecnologias de proteção de cultivos em relação às abordagens de treinamentos. A pesquisa foi conduzida em campo pela Fruto Agointeligência e ouviu 384 produtores. O estudo revela que o setor agrícola está inserido em um contexto de grandes desafios, que impulsionam transformações no seu modelo de

negócio. Sem dúvida, o avanço nessa jornada vai exigir, cada vez mais, acesso à inovação. Se hoje ela já é uma grande aliada do agronegócio, em breve, a inovação deverá ser ainda mais inclusiva. Por isso, é tão importante entender como o agricultor brasileiro, o grande agente desse processo no campo, está se preparando.

## O AGRICULTOR DE HOJE

Os dados coletados ajudaram a traçar um perfil do agricultor brasileiro nos tempos atuais. A geração responsável pela expansão das fronteiras agrícolas nos anos 1970 e 1980, também preparou seus sucessores. Com uma formação escolar mais completa, um olhar mais técnico para o negócio e uma grande abertura para o uso de tecnologia, a nova geração vem assumindo protagonismo em uma agricultura que precisa se manter competitiva, enfrentando desafios mais complexos decorrentes dos impactos das mudanças climáticas e das exigências regulatórias. Na faixa etária de 25 a 44 anos, correspondente a 58% dos pesquisados, foi constatado que 95% deles têm maior familiaridade em relação ao uso da internet na busca por informações sobre o clima, técnicas ou cotações, enquanto esse percentual cai para 60% entre aqueles acima de 55 anos. Em ambos os casos, o principal acesso se dá pelo uso de smartphones (38,5%).



Tecnologia Agro.

O aproveitamento dos benefícios das tecnologias agrícolas depende diretamente de seu entendimento e correta utilização, fatores que constituem grandes desafios aos desenvolvedores de tecnologias, ao governo e ao próprio agricultor. E que demanda, cada vez mais, maior escolaridade e qualificação dos trabalhadores rurais. Em conformidade com esse cenário, o estudo revela uma proporção maior de produtores jovens com níveis médio e superior de escolaridade, equivalente hoje a 30,1% contra 23,6% em 2016. Por outro lado, os mesmos agricultores consultados apontaram dificuldades para avançar na modernização do campo, em decorrência dos custos das máquinas, equipamentos e tecnologias (67%), da contratação de serviços especializados (44%) ou da falta de conhecimento sobre como manuseá-los (41%), entre outras.

No que diz respeito à continuidade do negócio, 60% dos agricultores pesquisados acreditam que seus herdeiros têm interesse em permanecer na atividade agrícola, principalmente em propriedades de maior porte, enquanto nas menores esse número cai para apenas 36%. Ainda assim, o estudo mostra que o Brasil se encontra em vantagem competitiva, uma vez que



Uso de biológicos avança no Agro Brasil



o interesse pelo campo entre os mais jovens é maior do que, por exemplo, na Austrália e nos Estados Unidos, dois países reconhecidos por serem grandes centros de produção agrícola.

#### **O APRENDIZADO DOS AGRICULTORES FRENTE À SOFISTICAÇÃO DO MANEJO DAS LAVOURAS**

O aprimoramento das práticas de manejo nas lavouras, com a integração de novas ferramentas de proteção de plantas, como defensivos biológicos e biotecnologias, bem como o uso de drones e a identificação de pragas a partir de recursos digitais, exigem conhecimentos distintos e atualização sistemática por parte dos agricultores. Os resultados da pesquisa trazem informações sobre a percepção dos produtores rurais quanto aos treinamentos no setor que poderão contribuir no delineamento de programas educacionais mais efetivos. A pesquisa também mostrou uma tendência de crescimento no uso de produtos biológicos (57,9%) com

#### **PRODUTORES COM IDADE DE 25 A 44 ANOS**

- # 58% dos pesquisados têm familiaridade com a digitalização
- # 95% deles usam a internet atrás de informações de clima, técnicas ou cotações
- # O principal acesso é smartphone (38,5%)

#### **PRODUTORES COM NÍVEIS MÉDIO E SUPERIOR DE ESCOLARIDADE**

- # São 30,1% hoje | Eram 23,6% em 2016
- # 67% apontam dificuldades para avançar na modernização do campo por causa dos custos das máquinas, equipamentos e tecnologias
- # 44% apontam dificuldades por causa da contratação de serviços especializados
- # 41% apontam dificuldades por causa da falta de conhecimento sobre como manusear os serviços especializados

#### **SUCESSÃO FAMILIAR**

- # 60% dos agricultores pesquisados acreditam que os herdeiros têm interesse em permanecer na atividade agrícola
- # É mais percebida em propriedades de maior porte | Nas menores, 36%
- # Números superiores aos jovens dos EUA e Austrália, por exemplo Órgãos de Controle e Fiscalização Ambiental, Instituições de Pesquisa, Receitas Estadual e Federal

#### **TECNOLOGIAS**

- # Adoção crescente de novas práticas de manejo, protetores de plantas, defensivos biológicos, biotecnologias, drones e identificação de pragas com recursos digitais
- # Uso de biológicos: 57,9%
- # Químicos: 97,7%

o passar dos anos, de forma isolada ou em associação com os defensivos químicos, que são utilizados pela maioria (97,7%). Isso reflete uma busca por alternativas de baixa toxicidade, em atendimento às exigências dos consumidores, cada vez mais interessados no consumo sustentável. O uso correto de defensivos agrícolas, biológicos ou químicos, depende de conhecimento e aprendizado das práticas de manuseio por parte dos agricultores. A pesquisa mostrou que o grau de escolaridade e acesso a treinamentos varia de acordo com as regiões de predomínio de determinados cultivos agrícolas. Nas culturas da cana-de-açúcar (35%), laranja (28%) e maçã (20%), por exemplo, se observou maior presença de agricultores com nível superior e maior acesso ao aprendizado no uso dos defensivos, achado que pode ser correlacionado à complexidade das operações e ao grau de desenvolvimento dos estados onde elas estão concentradas esses cultivos.

A percepção da efetividade dos treinamentos, na opinião dos entrevistados, ocorre predominantemente a partir da



possibilidade de resolver problemas do dia a dia (38%) e da melhora no desempenho das funções exercidas por esses profissionais (28%). Dado que a maioria dos produtores rurais tem familiaridade com a internet (99%), o estudo enfatiza que é possível explorar o aprendizado contínuo como forma eficiente de manter os conteúdos sempre ao alcance e facilmente aplicáveis ao dia a dia dos trabalhadores rurais. A pesquisa foi conduzida em campo pela Fruto Agroateligência e ouviu 384 produtores. **AR**



O céu da fazenda brasileira tem cada vez mais drones

## ESCOLARIDADE

- # Na cana-de-açúcar: 35%
- # Na laranja: 28%
- # Maçã: 20%

## TREINAMENTOS

- # 38% fazem para resolver problemas do dia a dia
- # 28% fazem para desempenhar melhor as funções exercidas
- # 99% têm familiaridade com a internet

## EY

- # Associada da Ernst & Young Global Limited
- # Tem o propósito de construir um mundo de negócios melhor
- # Mantém dados, tecnologia e equipes em mais de 150 países
- # Procura respostas para as questões complexas do mundo atual
- # Quer impactar positivamente 1 bilhão de pessoas até 2030
- # Usando o programa de responsabilidade corporativa EY Ripples, que permite que os colaboradores se envolvam em iniciativas comunitárias e sociais mais amplas

## CROPLIFE BRASIL

- # Criada em 2019
- # Associação de especialistas, instituições e empresas que fazem pesquisa em 4 reas essenciais para a produção agrícola sustentável
- # Germoplasma (mudas sementes), biotecnologia, defensivos químicos e biológicos
- # Resultado da união de entidades que antes representavam cada um destes setores
- # Busca parcerias com diferentes segmentos da sociedade, promove educação para adoção e o uso correto das tecnologias no campo e ao diálogo permanente com consumidores, formadores de opinião e governos

# Fertilizantes 2022

Números de 2022 fecham com entregas menores, mas calibradas para a necessidade do Campo Brasil

**A** pesar das dificuldades de compra e logística provocadas pela guerra entre Rússia e Ucrânia, dois fornecedores importantes dos insumos, as entregas de fertilizantes ao mercado brasilei-

ro em 2022, mesmo com queda de 10,4% em relação a 2021, atenderam plenamente o mercado. Foram 41,07 milhões de toneladas sobre 45,85 milhões no ano anterior. As informações são da Associação

Nacional de Difusão de Adubos (ANDA). “É um número importante até porque o nosso país importa 85% do total que consome”, analisou Ricardo Tortorella, diretor-executivo da ANDA. **AR**



## ENTREGA POR ESTADOS

- # Mato Grosso: líder nas entregas | 24,4% do total | 10,02 milhões de toneladas
- # Goiás: 4,63 milhões de toneladas
- # Rio Grande do Sul: 4,32 milhões de toneladas
- # Paraná: 4,2 milhões de toneladas
- # São Paulo: 4,17 milhões de toneladas
- # Minas Gerais: 3,88 milhões de toneladas

## PORTO DE PARANAGUÁ

- # Principal porta de entrada dos fertilizantes
- # 9,42 milhões de toneladas importadas | -14,3% em relação a 2021 (11 milhões de toneladas)
- # O terminal representou 27,2% do total importado por todos os portos

## FERTILIZANTES INTERMEDIÁRIOS 2022

- # Produção total de 7,45 milhões de toneladas
- # Crescimento de 3,3% sobre 2021 (7,21 milhões de toneladas)
- # Importações de 34,60 milhões de toneladas | -11,8% em relação a 2021

# Fertilizantes Brasil

Setor nacional enfrenta desafios com forte dependência do mercado externo



**A**o longo dos dois últimos anos, o mercado mundial de fertilizantes vem enfrentando muitos desafios, tais como a interrupção da cadeia de suprimentos por falta de produto (devido à pandemia de covid-19), a alta no preço do gás natural, o embargo econômico imposto pela União Europeia e Estados Unidos sobre a Belarus (desde 2021) e, já há um ano, o conflito entre a Rússia e Ucrânia. A consequência desses fatos, sobretudo da guerra no leste europeu, foi a valorização dos principais fertilizantes intermediários em importantes regiões de negociação. Assim, o primeiro semestre de 2022 foi especialmente

desafiador para agentes brasileiros na aquisição de fertilizantes, devido à importância da Rússia nesse mercado, aos gargalos logísticos e mecanismos de pagamentos comerciais, além das incertezas sobre a abrangência dos embargos econômicos do mundo sobre a Rússia. Os preços médios dos fertilizantes intermediários registraram fortes aumentos ao longo do primeiro semestre de 2022 frente ao mesmo período do ano anterior. No entanto, no fim do ano passado, já com a oferta do fertilizante ajustada, observou-se o recuo dos preços médios dos insumos, que voltaram a registrar os patamares de 2021.

No norte do Egito, a cotação média da tonelada de ureia no primeiro semestre de 2022 esteve 122% mais cara frente ao mesmo período de 2021. Já em dezembro de 2022, o valor médio do nitrogenado caiu 6,7% frente ao mês anterior, sendo o menor desde agosto de 2021. Para o fosfato negociado no porto do mar Báltico, o valor médio da tonelada do MAP (fosfato monoamônio) aumentou 77,9% no primeiro semestre de 2022 frente ao mesmo período de 2021. Em dezembro de 2022, porém, o valor médio do MAP caiu 1,7% em relação ao mês anterior e voltou ao patamar de fevereiro de 2021. A tonelada

## “ Os preços médios dos fertilizantes intermediários registraram fortes aumentos ao longo do primeiro semestre de 2022 frente ao mesmo período do ano anterior.”

de cloreto de potássio se valorizou 227,7% no primeiro semestre de 2022 na comparação com o mesmo período de 2021, mas a cotação média no último mês de 2022 ficou 10,2% menor que a de novembro/22, sendo também a mais baixa desde agosto de 2021.

No Brasil, o cloreto de potássio ficou 150,7% mais caro no primeiro semestre de 2022 em relação ao mesmo período de 2021, enquanto a média em dezembro de 2022 foi a mais baixa desde julho de 2021. Para o MAP, a cotação média desse fosfatado ficou 66,9% mais cara no primeiro semestre de 2022 frente ao mesmo intervalo de 2021. No encerramento de 2022, registrou-se o menor valor desde fevereiro de 2021.

É importante lembrar que o Brasil tem grande dependência externa de fertilizantes intermediários. Em 2022 (dados até novembro), a quantidade de fertilizantes no mercado nacional somou 37,72 milhões de toneladas, 11,3% menos que no mesmo período de 2021, sendo que 86% desse volume


foram importados, conforme dados da Associação Nacional para Difusão de Adubos (ANDA). Dentre os principais fertilizantes intermediários importados, destacam-se o cloreto de potássio, que representa, em média, 38% do total importado nos últimos cinco anos (2017-21); seguido pela ureia, com participação de 22%, do MAP, com 14%, do sulfato de amônio, 9%, e do nitrato de amônio, 6%.

Em 2022, em razão do conflito no leste Europeu a importação de fertilizantes pelo Brasil foi antecipada. Enquanto de 2017 a 2021, pouco mais de 70% do cloreto de potássio adquirido pelo Brasil foi alcançado em setembro, em 2022, as compras se concentraram até julho, quando somaram 71,4%. O Brasil elevou a quantidade de cloreto de potássio adquirido do Canadá, Israel e Alemanha em 2022, mas reduziu as compras da Rússia e de Belarus.

Assim, a quantidade de cloreto de potássio importado pelo Brasil do Canadá somou 4,54 milhões de toneladas em 2022, volume 9,1% maior

que o de 2021. Alemanha e Israel enviaram 1,25 milhão de toneladas e 1,1 milhão de toneladas do insumo ao Brasil em 2022, com aumentos de 6,3% e de 14,1%, respectivamente, frente a 2021. Por outro lado, a Rússia forneceu 3,1 milhões de toneladas de cloreto de potássio em 2022, queda de 13,7% frente ao ano anterior. Belarus foi responsável por fornecer 1,07 milhão de toneladas do insumo em 2022, menos da metade (queda de expressivos 55,3%) da quantidade do ano anterior.

No caso da ureia, os volumes importados pelo Brasil de Omã e da Nigéria cresceram 27,2% e 44,2%, respectivamente, de 2021 para 2022, enquanto o fornecimento do insumo por parte da Rússia caiu 17,7%. No balanço, a quantidade total de ureia importada pelo Brasil em 2022 foi de 7,17 milhões de toneladas, queda de 7,9% em relação ao ano anterior.

Como o Brasil é um grande produtor e exportador de commodities agropecuárias e muito dependente de fertilizantes estrangeiros, o cenário internacional recente acende um alerta. Nos últimos 20 anos, a capacidade interna de produção desses insumos evoluiu pouco e o Plano Nacional de Fertilizantes pode auxiliar na redução da dependência estrangeira. Nesse sentido, a produção nacional de fertilizantes é questão estratégica e precisa ser avaliada com presteza, tendo em vista a definição de como ela será implementada. Complexidades de natureza tanto político-institucional como socioambiental precisam ser tratadas tendo em conta os interesses nacionais num contexto econômico e geopolítico mundial bastante adverso a acordos e sem claras perspectivas de normalização no curto e médio prazos. 

## “ A quantidade de cloreto de potássio importado pelo Brasil do Canadá somou 4,54 milhões de toneladas em 2022, volume 9,1% maior que o de 2021.”

# Clube Agro Brasil e Agrofy ampliam vitrine do varejo agro

Startups do agro oferecem apoio para canais de venda que queiram iniciar processo de digitalização com experiência inovadora

A parceria firmada por Clube Agro Brasil e Agrofy vai proporcionar novas oportunidades para quem já faz parte do programa de relacionamento, sejam marcas do agro, canais de venda ou produtores rurais. O principal benefício será a oportunidade de participar de uma experiência de comércio digital, ampliando a vitrine do varejo agro de acordo com a vontade ou estratégia de cada canal. Na prática, o produtor rural poderá comprar produtos também no ambiente digital e continuar acumulando pontos no Clube Agro Brasil. Na Agrofy, os canais parceiros terão uma maior diversidade de produtos que geram pontos aos seus clientes, como arames e ferramentas, produtos veterinários e seguros, passando ainda por insumos agrícolas e serviços especializados.

No entanto, a troca desses pontos por descontos e novas aquisições só poderá ser efetuada nos canais parceiros do Clube Agro. “Queremos oferecer uma experiência digital aos canais de venda que já são nossos parceiros”, diz Eric



Executivos das duas empresas parceiras.

Chinen, diretor comercial do Clube Agro. “A compra on-line de produtos já é uma realidade para o brasileiro e deve ganhar cada vez mais espaço no agronegócio também. Acompanhando a tendência de digitalização do setor, essa união de forças com a Agrofy oferece condições atrativas para que nossos parceiros tenham a experiência do comércio digital quando acharem mais oportuno.”

A parceria entre Clube Agro Brasil, um programa de relacionamento por

pontos, e a Agrofy, um mercado online, é inédita no agronegócio brasileiro. As duas startups são independentes e bandeira branca. Ou seja, não pertencem a nenhuma indústria do agro ou de qualquer outro setor. “Esse modelo é benéfico para todos os envolvidos. Ele garante a liberdade de escolha do produtor rural e a livre participação do canal de vendas na plataforma que achar mais atrativa”, diz Felipe Luna, head de estratégia e operações do Clube Agro. “Nosso papel é apoiar os canais nesse processo de digitalização.”

“Essa parceria não vai criar um marketplace para substituir os canais de venda do agronegócio. Longe disso”, explica Simone Rodrigues, sócia fundadora do Clube Agro. “A intenção é permitir que cada canal possa ter uma prateleira própria de vendas na internet, colocando seus produtos e serviços em maior evidência.” A Agrofy não é uma loja que vende produtos, competindo com os canais. Ela apenas atua

## CLUBE AGRO BRASIL

- # Criado em 2020
- # 1º primeiro programa de relacionamento multimarcas do agro brasileiro
- # Conecta indústria, canais de venda e produtores rurais
- # Produtor acumula pontos, resgata cupons de desconto e utiliza nas compras de insumos
- # Possui mais de 89 mil produtores cadastrados | Mais de 100 canais associados | Mais de 1.200 postos de troca.

como elo entre o cliente que procura um produto ou serviço pela internet e o canal de vendas que pode suprir essa demanda. O papel da startup nessa parceria é estruturar a operação digital dos varejistas interessados e prestar consultoria técnica ao produtor rural, utilizando o programa

de pontos do Clube Agro Brasil como uma ferramenta de incentivo para os canais participantes.

“Vamos ajudar canais e fabricantes a escoar sua produção, seja no mercado interno ou externo, diz Diego Arruda, diretor de negócios da Agrofy no país.

“Conhecemos bem o agronegócio, respeitamos as regras de acesso ao mercado e política de preços. Então, a Agrofy acaba sendo também uma ferramenta de desenvolvimento de mercado e produtos, além de promover vendas e uma nova forma de fazer negócios para um público



Lançamento Clube Agro Brasil e Agrofy em São Paulo.

## AGROFY

- # Presente em 8 países da América Latina
- # Portfólio de comércio digital com mais de 6 mil marcas 140 mil produtos e serviços.
- # Compras rápidas e seguras para facilitar a vida do produtor rural
- # Lidera há sete anos a digitalização do agronegócio na América Latina
- # Já levantou mais de US\$ 66 milhões em rodadas de investimentos
- # Recebeu US\$ 30 milhões da Série C para expansão das atividades no Brasil e desenvolvimento do e-commerce na América Latina em 2021

potencialmente maior”. A troca de experiências entre Clube Agro e Agrofy agrega o melhor de dois mundos. De um lado, temos a nossa atuação em Customer Loyalty, que faz a diferença no pré e pós-venda. De outro, temos o acesso a uma plataforma digital moderna, ágil e segura. Essa relação comercial tende a ser cada vez mais intensa”, complementa Luna. **AR**

“O principal benefício será a oportunidade de participar de uma experiência de comércio digital, ampliando a vitrine do varejo agro”

# Safra de verão: escolha da semente deve ser rigorosa

Definir qual é a melhor ou as melhores sementes de soja para a propriedade exige informação e orientação de quem conhece as cultivares certas

O produtor agrícola deve ter como regra básica planejar muito bem todos os passos e aspectos do seu cultivo. Nessa época do ano, por exemplo, boa parte deles está na fase de definir as sementes que vão ser utilizadas no plantio da soja. E é essa tarefa uma das mais importantes para o ciclo produtivo. Escolher bem a semente permite atingir a melhor produtividade possível na propriedade. Escolher errado é um passo sem volta em direção a resultados abaixo do potencial da terra.

Diretor de Desenvolvimento da Cultura Agromais, Carlos Rosa afirma que a escolha da semente correta representa pelo menos 90% das chances de acerto para uma boa produção. “Se você escolher uma semente errada, nada que for feito depois será capaz de consertar a situação. Não tem o que fazer”, diz.

Por isso, segundo ele, é muito importante o produtor consultar um especialista que conheça a realidade de cada região. Uma empresa ou técnico que seja reconhecido, que terá condições de passar as informações necessárias ao fazendeiro, para que ele possa fazer o plantio com a segurança de ter optado pela cultivar certa.

“A escolha da semente correta, de acordo com a região, o tipo de solo e fertilidade, é fator preponderante para o sucesso do cultivo de soja ou qualquer outro cultivo”, reforça Carlos Rosa. Se o início do ciclo, que é a definição da

cultivar, começar errado, dificilmente vai acabar da maneira correta, ou seja, com uma boa produtividade.

Por conta das dimensões continentais do Brasil, é comum que as plantas se desenvolvam de formas diferentes em regiões e biomas diversos. Isso em razão das condições climáticas de cada lugar e o surgimento de patógenos e do surgimento de patógenos que são mais presentes em alguns estados e menos em outros.

O supervisor de Desenvolvimento de Produtos da TMG (Tropical Melhoramento e Genética S/A), Rodrigo Romanha, explica que no caso da soja o momento é de negociação para compra de sementes para a próxima safra. “É importante que o produtor procure identificar as doenças mais comuns na sua região e os principais desafios enfrentados ano após ano. Assim, podem adquirir cultivares mais apropriadas”, orienta Romanha.

Segundo a Embrapa Soja, há mais de 40 tipos diferentes de doenças identificadas nas lavouras da

leguminosa no país. São patologias provocadas por fungos, nematoides, vírus e bactérias. Elas afetam todas as fases do ciclo da planta, podendo provocar prejuízos consideráveis na safra.

A ferrugem asiática é uma das doenças mais e ocorre em todo o território nacional. Trata-se de um patógeno que pode causar perdas de até 90% na produtividade da lavoura. Outro vilão é o nematoide de cisto, que atinge muitas lavouras em diversas regiões. Entre os sintomas estão formação de reboleiras, nanismo, raquitismo e amarelamento da planta. A maior prevalência é nas regiões Norte e Nordeste.

“Além das patologias, o clima é um fator que impacta fortemente nas lavouras. Algumas plantações podem sofrer com secas ao longo da safra, sendo de maior ou menor intensidade. Em outras regiões, há registro de excesso de chuvas, o que também é prejudicial. Precisamos, portanto, oferecer aos produtores cultivares específicas para ambas as situações,



A escolha da semente deve ser rigorosa.

## SEMENTE PIRATA É PREJUÍZO CERTO

O produtor de soja deve ter também muita atenção na procedência das sementes que vai adquirir. Mesmo com as constantes fiscalizações, há um volume expressivo de sementes piratas no mercado brasileiro, que causam prejuízos pela produtividade reduzida e podem comprometer o status sanitário da produção não só da soja, mas também do milho, arroz, feijão, trigo e até pastagens. O alerta é do gerente de Produto da Produce, Juliano Ribeiro, que define a entrada de sementes piratas nas lavouras do país como um desafio para a eficiência produtiva.

“Carga desacompanhada de nota fiscal, anotações com nome da empresa e recomendações feitas manualmente, sacaria branca ou sem identificação são alguns dos sinais de alerta para o agricultor”, destaca Ribeiro. “Mas o produtor precisa ir além, é fundamental conhecer testes e pesquisas realizadas com as sementes, que comprovem resultados para região, comprar de empresa registradas e fiscalizadas pelo MAPA, conferir se na embalagem recebida consta informação básicas de identificação do produtor, identificação do lote, se o termo dos testes em laboratório de germinação e vigor está acompanhando a nota fiscal.”

Ao comprar sementes certificadas, o produtor deseja que o produto tenha alta germinação, vigor, pureza e esteja sadio. Estas garantias estão em legislação e empresas que adotam as medidas exigidas pelo Registro Nacional de Sementes e Mudanças (RENASEM) e normas de padrões estabelecidos pelo MAPA.

Ribeiro reforça que, além do impacto na produtividade, as sementes ilegais representam risco sanitário. Não é possível verificar quais doenças e pragas essas sementes estão levando para a lavoura e biologia do solo. Isso pode levar a prejuízos inclusive para produtores vizinhos. “É imensurável a consequência, novas ervas daninhas, mofo branco (hoje uma das grandes doenças levadas na maior dos casos por semente de feijão, pastagem e soja pirata), novos fungos, são só alguns dos exemplos que essas sementes podem estimular. É imprescindível que o produtor rural conheça a origem de tudo o que colocamos na terra”, finaliza.

Comercializar e comprar sementes piratas é crime, gera processos administrativos de cunho federal e estadual, e pode gerar multa conforme a legislação, seja pela lei de proteção de cultivares (nº 9456/1997), ou pela lei de sementes e mudas (nº 10.711/2003), movidas por empresas detentoras dos direitos genéticos e de biotecnologia das respectivas cultivares.



com maior tolerância à seca ou ao estresse hídrico”, argumenta.

A boa notícia é que o produtor conta atualmente com sementes apropriadas para as diferentes necessidades. Hoje em dia, em decorrência das pesquisas e do desenvolvimento de cultivares por meio do melhoramento genético, o agronegócio pode ser mais sustentável, pois é possível reduzir perdas, reduzir o uso de insumos

químicos diminuindo o impacto ao meio ambiente, e assegurar maior qualidade nos produtos que vêm do campo”, acrescenta Romanha.

O consultor Fernando Arnuti, também da TMG, ressalta que o agricultor precisa planejar sua lavoura considerando os aspectos de ciclo (grupo de maturação), época e densidade de semeadura, altitude e fertilidade do solo, além da resistência

a insetos-pragas e doenças, para que possa alcançar o alto teto produtivo. “No momento de decidir pela compra de uma cultivar de soja, o agricultor precisa estar atento às especificidades da sua região para adquirir o produto que melhor se adequa a essas condições”, orienta.

Os frutos dessa regionalização já podem ser observados nas lavouras do Sul do Brasil, como, por exemplo, a

TMG2757IPRO, que foi desenvolvida em Passo Fundo e apresenta precocidade (G.M.5,7), porte controlado, resistência ao acamamento e a podridão

radicular de fitófтора. “Embora os estados do Sul do país apresentem algumas características em comum na agricultura, o produto final oferecido

no Rio Grande do Sul não é o mesmo direcionado para a região do Paraná (M2), justamente pelas variações de clima, solo e ciclo”. **AR**



## PLATAFORMA DIGITAL AJUDA DEFINIÇÃO

Lançada em 2019 pelo Grupo ATTO, com sede em Rondonópolis (MT), a plataforma digital PlantUP é uma ferramenta disponível gratuitamente para ajudar os agricultores na escolha da semente correta para sua lavoura. Conhecer as cultivares mais indicadas para cada região é fundamental, assim como o melhor posicionamento para cada cultivar para que se possa aproveitar todo seu potencial genético.

A proposta da PlantUP é fornecer as informações para que o produtor tenha condições de escolher o melhor mix de cultivares para sua propriedade. Atualmente, a plataforma digital tem cadastrados mais de 19 milhões de hectares, 2,7 mil agricultores de 560 municípios brasileiros. Com PlantUP, é possível comparar os resultados do agricultor com o da região e conferir em qual posição ele se encontra, de forma anônima, em um ranking de produtividade.

“O PlantUP é a plataforma de informações agrícolas que auxilia o agricultor na tomada de decisões para aumento da produtividade, sem custos. Com ele, o agricultor identifica os cultivares de soja, milho e algodão mais produtivos em sua região. Além disso, consegue verificar qual a melhor época de plantio de cada cultivar e qual a população de plantas que apresenta a maior tendência de produtividade”, afirma Marcus Mastelaro, Gerente de Produtos do PlantUP.

O auxílio na hora da escolha é muito importante, já que são lançadas anualmente no Brasil cerca de 150 novas cultivares de soja e 350 de milho. Mastelaro afirma que as informações do PlantUP são confiáveis e seguras e apresentadas de forma prática. A plataforma é simples e clara, não exigindo programadores, servidores ou qualquer parametrizador. Ela fornece um histórico da produtividade na propriedade e as informações sobre a região. A plataforma conta com um aplicativo para facilitar o input dos resultados de safra que pode ser baixado pela App Store ou pelo Google Play.

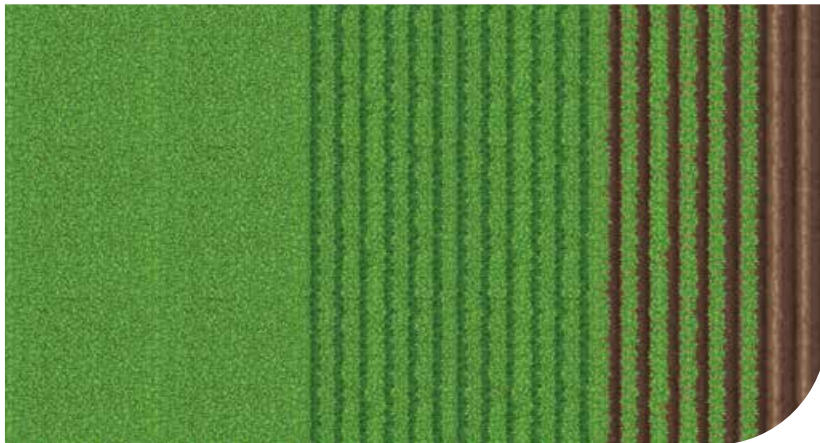


## Albaugh lança herbicida Exemplo® LV

Produtores de soja e milho passam a dispor de um novo herbicida de ponta da categoria 2,4-D, com o lançamento da solução Exemplo® LV, da Albaugh. Tecnologia exclusiva desenvolvida pela empresa, baseada na combinação de dois sais (dimetilamina e dietanolamina) e de adjuvantes especiais. Que conferem ao herbicida menor volatilidade em comparação a outros formulados no mercado. Atua eficazmente sobre plantas daninhas cujo controle se faz relevante frente à produtividade agrícola. E ainda apresenta odor reduzido e transfere melhor estabilidade às misturas de tanque. A Albaugh LLC é uma empresa de defensivos agrícolas, tem origem

americana, foi fundada pelo agricultor e empresário Dennis Albaugh, em 1979. Está presente no Brasil com matriz na capital paulista e 13 regionais de ven-

das. Produz e comercializa mais de 50 agroquímicos adequados às culturas de soja, milho, algodão, citros, café, cana-de-açúcar, trigo e feijão. **AR**



Solução Exemplo® LV para o Agro.

## Syngenta: Axial controla gramíneas em trigo e cevada

Syngenta Proteção de Cultivos lança o Axial, um novo herbicida para o controle de gramíneas em cereais de inverno, em especial o avevém e as aveias. O produto é formulado

a partir de um princípio ativo inédito no Brasil, o Pinoxaden, que possui ação pós-emergente, podendo ser utilizado nas culturas do trigo e da cevada. Só o avevém pode reduzir em até 30% a

produtividade do trigo de uma safra inteira. As principais vantagens do Axial são a sua rápida penetração através da cutícula das ervas daninhas e seletividade à cultura do trigo e da cevada. “O Axial vem para trazer um novo patamar de controle de gramíneas, tornando-se um aliado fundamental para as estratégias de controle no curto, médio e longo prazo dos agricultores”, explica Rafael Berta, Gerente de Marketing de Herbicidas da Syngenta. Neste ano, a safra nacional de trigo deve chegar a 10,5 milhões de toneladas, um aumento de cerca de 10% em relação à safra passada. “Formulações contendo Pinoxaden e sob a marca Axial já são comercializadas em vários países, entre eles Espanha e Canadá, com resultados comprovados muito positivos. Para o Brasil, esperamos o mesmo sucesso”, reforça Berta. **AR**



Axial, novo herbicida para aveias.

# Embrapa 50 Anos

Instituição completou cinco décadas de atuação em abril, depois de erguer um Agronegócio revolucionário no mundo

Celso Moretti – Presidente da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária



A criação da Embrapa em 26 de abril de 1973 foi um marco histórico na agricultura brasileira. A partir de seu modelo original de atuação em diferentes produtos, temas e biomas, a empresa se articulou com instituições do Brasil e do exterior, e investiu na capacitação de cientistas. Logo em seguida, uma rede de pesquisadores passou a entregar soluções concretas para os principais desafios enfrentados pelos produtores rurais. Desde então, a agricultura brasileira passou a ser movida à ciência, em uma das mais incríveis sagas transformadoras vividas no país. Na década de 1970, o país trazia do exterior leite, feijão e carne, apenas alguns poucos exemplos. Havia a preocupação de que não teríamos alimentos suficientes para suprir nossa população. A área de produção era pequena, a tecnologia era importada

e pouco adequada para as condições brasileiras. Sistemas de produção, cultivares, equipamentos adaptados às nossas condições eram raros, caros e de capacidade duvidosa.

A Embrapa e seus parceiros desenvolveram sistemas produtivos, softwares, equipamentos, cultivares, processos agropecuários e agroindustriais, além de raças melhoradas. Nesses 50 anos, o Brasil se transformou de grande importador em um dos maiores produtores mundiais de alimentos, fibras e bioenergia. É possível destacar três grandes conjuntos de conhecimentos adotados para a mudança e que sintetizam a capacidade brasileira de inovação agropecuária: a transformação de grandes extensões de solos ácidos e de baixa fertilidade em solos férteis, particularmente nos Cerrados. A

## EMBRAPA

- # Vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA)
- # Criada em 1973
- # Mais de oito mil funcionários
- # 2.300 pesquisadores | 10,31% de Mestres e 88,91% de Doutores
- # Objetiva desenvolver a base tecnológica de um modelo de agricultura e pecuária genuinamente tropical
- # Dialogar com produtores, organizações científicas e lideranças do Estado e da sociedade civil

## MISSÃO

- # Excelência científica em pesquisa agropecuária
- # Qualidade e eficiência produtiva em cultivos e criações
- # Sustentabilidade ambiental
- # Aspectos sociais
- # Parcerias com o setor produtivo

tropicalização e a adaptação de plantas e de animais originários de todas as partes do mundo aos biomas brasileiros. E o desenvolvimento de uma plataforma de práticas conservacionistas e sustentáveis inéditas, como os sistemas integrados.

Graças a esse trabalho, a produção agrícola no Brasil aumentou 400% de 1975 a 2020. A safra de grãos multiplicou-se por nove. Eram 30 milhões de toneladas em 1973 e devemos ultrapassar 300 milhões de

toneladas nesta safra. Hoje, o país é um dos maiores produtores mundiais de alimentos, fibras e bioenergia, com maior disponibilidade de alimentos. Em quantidade, qualidade, regularidade de oferta e tudo com custos menores. É possível imaginar que o Brasil possa se tornar o maior produtor de alimentos em alguns anos. A Embrapa teve ao seu lado um agricultor ágil e empreendedor, que apostou na Ciência como forma de transformar a realidade do campo brasileiro. Contou, ainda, com a parceria de instituições públicas e privadas, assistência técnica e extensão rural, cooperativas e empresas, resultando em milhares de soluções de todo tipo, incorporadas aos diferentes sistemas de produção e tipos de propriedade em todo o Brasil. E contribuindo, inclusive, com outras nações.

A Embrapa, ao longo de sua história, manteve uma equipe altamente qualificada de pesquisadores, especializados nas mais avançadas áreas do conhecimento. Eles até hoje lidam com áreas de impacto no presente e no futuro da agricultura e da alimentação humana: zoneamento agrícola de risco climático; bioprodutos e bioeconomia; diversificação produtiva; intensificação sustentável; proteínas vegetais; e na convergência entre bio, nano e geotecnologias, por exemplo. E trabalham em temas na fronteira do conhecimento, como edição genômica, microbiomas, agricultura digital e big data.

A Embrapa celebra meio século de uma jornada repleta de conquistas, pautada na inovação aberta, construção de parcerias públicas e privadas, comprometida com a inclusão produtiva e o desenvolvimento de soluções adaptáveis para a agricultura familiar e com estreita colaboração com os usuários de suas soluções. Apenas

nos últimos dez anos, a Embrapa lançou no mercado mais de 1.100 soluções, tendo registrado mais de 400 cultivares no Sistema Nacional de Proteção de Cultivares do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) e mais de 300 patentes de invenção em áreas tão diversas quanto biotecnologia, automação, bioinsumos, solos, alimentos, nanotecnologia, sanidade vegetal e sanidade animal.

Apesar das conquistas, os desafios são grandes. Com as mudanças climáticas, as exigências relacionadas à sustentabilidade e a crescente demanda por alimentos, fibras e energia é fundamental que a pesquisa pública continue a trabalhar em soluções para garantir a nossa segurança alimentar. É preciso dar suporte aos milhões de produtores rurais, particularmente os agricultores familiares, que precisam de conhecimento e tecnologia para alcançar o mercado, garantindo renda e bem-estar. Para isso, a Embrapa investe na maior agenda de pesquisa e inovação agropecuária no mundo tropical, com milhares de ações em todos os temas relevantes para a agropecuária. A empresa é capaz de projetar e antecipar o futuro, estando atenta às necessidades da sociedade brasileira e do mundo.

A Embrapa segue sendo uma empresa moderna e dinâmica com empregados comprometidos com a produção de alimentos, a geração de empregos, renda e melhoria da qualidade de vida dos brasileiros. Fiel à sua missão de gerar e entregar soluções capazes de promover uma agricultura cada vez mais eficiente e diversificada, mantém-se preparada para os desafios do futuro, empenhada em apoiar a sociedade brasileira com soluções inovadoras e sustentáveis.



## UNIDADES NO BRASIL

- # Uva e Vinho | Bento Gonçalves (RS)
- # Trigo | Passo Fundo (RS)
- # Territorial | Campinas (SP)
- # Tabuleiros Costeiros | Aracaju (ES)
- # Suínos e Aves | Concórdia (SC)
- # Solos | Rio de Janeiro (RJ)
- # Semiárido | Petrolina (PE)
- # Roraima | Boa Vista (RR)
- # Rondônia | Porto Velho (RO)
- # Recursos Genéticos e Biotecnologia | Brasília (DF)
- # Pesca e Aquicultura | Palmas (TO)
- # Pecuária Sul | Bagé (RS)
- # Pecuária Sudeste | São Carlos (SP)
- # Pantanal | Corumbá (MS)
- # Milho e Sorgo | Sete Lagoas (MG)
- # Meio Norte | Teresina (PI)
- # Meio Ambiente | Jaguariúna (SP)
- # Mandioca e Fruticultura | Cruz das Almas (BA)
- # Instrumentação | São Carlos (SP)
- # Hortaliças | Brasília (DF)
- # Gado de Leite | Juiz de Fora (MG)
- # Gado de Corte | Campo Grande (MS)
- # Florestas | Colombo (PR)
- # Cocais | São Luís (MA)
- # Clima Temperado | Pelotas (RS)
- # Cerrados | Brasília (DF)
- # Caprinos e Ovinos | Sobral (CE)
- # Café | Brasília (DF)
- # Arroz e Feijão | Santo Antônio de Goiás (GO)
- # Amazônia Oriental | Belém (PA)
- # Amazônia Ocidental | Manaus (AM)
- # Amapá | Macapá (MA)
- # Alimentos e Territórios | Maceió (AL)
- # Algodão | Campina Grande (PB)
- # Agrossilvipastoril | Sinop (MT)
- # Agropecuária Oeste | Dourados (MS)
- # Agroindústria de Alimentos | Rio de Janeiro (RJ)
- # Agroindústria Tropical | Fortaleza (CE)
- # Agroenergia | Brasília (DF)
- # Agrobiologia | Seropédica (RJ)
- # Agricultura Digital | Campinas (SP)
- # Acre | Rio Branco (AC)

# ABAG 30 anos!

Entidade comemora três décadas de atuação e debate competitividade, produtividade, proteção ambiental, inovação, descarbonização, governança e integração público-privada.



Painel do evento ABAG 30 anos: Ciência, Tecnologia e Inovação

O diferencial do agro brasileiro está na aplicação constante de ciência, tecnologia e inovação, que possibilitou o aumento expressivo de produtividade com proteção do solo e dos recursos naturais e menor emissão gases de efeito estufa. Contudo, o setor está em uma encruzilhada. Por um lado, o país enfrenta um cenário de inflação

e baixa estabilidade fiscal. Por outro, as organizações globais multilaterais perdem força com o crescimento de políticas protecionistas. “O futuro do agro no Brasil está ligado à insegurança alimentar. A Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO) espera que nosso país corresponda com ofertas maiores de alimentos

para diminuir a fome no mundo. Desse modo, precisamos nos manter competitivos. E a competitividade é a soma da produtividade com a proteção ambiental”, afirmou Luiz Carlos Corrêa Carvalho, presidente da Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG), durante a comemoração de 30 anos da entidade, em março passado, na capital paulista.



Pedro Lupion - Presidente da FPA: "Trabalho conjunto para superar desafios"

O deputado federal Pedro Lupion, presidente da Frente Parlamentar da Agropecuária (FPA), ressaltou a força do agronegócio no Congresso Nacional, uma vez que a bancada conta com 302 deputados federais e 40 senadores. Para ele, a guerra principal a ser vencida pelo setor é a narrativa. "Tanto o Marco Legal dos Defensivos Agrícolas como o Green Deal são questões de narrativa. Por isso, precisamos trabalhar em conjunto para superar esse desafio", disse. A seu ver, o agro está mais forte do que nunca e o governo precisa ouvir o setor. "Devemos construir pontes para avançar nos temas importantes ao agro", pontuou.

O evento contou com o painel "O Futuro do Agronegócio Brasileiro", moderado por Carvalho, que salientou a preocupação em abrir

novos mercados para os produtos agropecuários e agroindustriais brasileiros para não haver dependências. "A verdade é que muitos países começam a mostrar impressionantes ganhos de renda, como no Oriente Médio e no Norte da África", explicou. Ele lembrou que a globalização foi importante para o desenvolvimento socioeconômico de todos os continentes, mas que hoje há a volta do velho, com o ressurgimento de forças unilaterais.

Por isso, a ABAG, a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) e a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), juntamente com organizações agropecuárias da Argentina, Paraguai e Uruguai, estão planejando organizar um Roadshow pelas principais capitais europeias, levando dados, fatos e roadmaps, que comprovem as diferenças entre a agricultura tropical e temperada e a produção sustentável dos países que compõem o Mercosul. "O Green Deal traz um componente que pode trazer a divisão entre nós, do Mercosul. A integração com o Itamaraty será extremamente importante para termos sucesso nessa iniciativa", explicou Carvalho.

O embaixador Fernando Pimentel, diretor do Departamento de Política Comercial do Ministério das Relações Exteriores, afirmou que a ação é importante porque os europeus são definidores de padrão. Mas, asseverou que a iniciativa precisa ser baseada em informações transparentes. Em sua participação no painel, ele ressaltou que o sistema multilateral está em transformação. "Os grandes países que contribuíram muito para a globalização estão em dúvida se este sistema atualmente é bom para eles, o que coloca



Luiz Carlos Correa Carvalho - Presidente da ABAG: "Produtividade e proteção ambiental"

em xeque seu engajamento. Por isso, vemos o crescimento do protecionismo e de uma política forte de subsídios nos Estados Unidos e na Europa".

Em sua avaliação, a questão ambiental tem alimentado o protecionismo em algumas regiões, principalmente na Europa, que está trabalhando há mais de 20 anos no tema. Comentou também que o Brasil precisa de regras estáveis no comércio global, mas o sistema multilateral está frágil. A boa notícia, segundo Pimentel, é que o agro brasileiro tem uma grande capacidade de adaptação, inovação e superação de desafios. Sérgio Vale, sócio-diretor da MB Associados, avaliou que o mundo está em uma configuração bipolar, entre China e Estados Unidos, e que essa situação deve permanecer e

ganhar força. “É uma oportunidade para o agro, porque continuará a vender nos próximos anos. Por isso, será um caminho positivo, mesmo em um cenário crítico”. Falou ainda sobre a importância da diversidade de compradores e comentou que 80% do crescimento populacional nos próximos anos estão na África, e que o Sudeste Asiático vem crescendo economicamente.

Para Vale, o mais importante é evitar erros domésticos na economia e na política fiscal. Outro ponto citado foi que o agro precisa também melhorar a comunicação para o mercado em geral que desconhece a importância do setor para o país. De acordo com ele, o Brasil cresceu ano passado por causa do agro. “Se este ano o país tiver uma elevação de 1% no PIB, esse volume virá integralmente do agro”, destacou.

O painel também pontuou a inovação como alavanca para a produtividade e competitividade, por meio da participação de João Comério, diretor

do Comitê de Inovação da ABAG, que comentou sobre a capacidade brasileira de inovar. No setor de celulose, por exemplo, o papel para embalagem era produzido por países do Hemisfério Norte, usando fibras longas. “Nosso país desenvolveu tecnologia para produzir esse papel com fibras curtas”. Também ressaltou que o agro brasileiro tem trabalhado fortemente a questão da governança, ao se preocupar com a profissionalização dentro das empresas, mas também nas propriedades rurais.

Antes do painel, Comério apresentou o Position Paper: Visão da Inovação e da Competitividade do Agronegócio, que desenha a conjuntura, os desafios e as mudanças no cenário de inovação e competitividade do agronegócio. Ainda durante o evento em celebração dos 30 anos da ABAG, Carlo Lovatelli, ex-presidente da entidade, foi homenageado por sua contribuição para o desenvolvimento do agro brasileiro e da própria ABAG,

trabalhando temas como preservação da Amazônia, sustentabilidade, internacionalização e o conceito e benefícios dos biocombustíveis. “O Brasil tem tudo para ir para frente. Por isso, precisamos vender melhor nosso peixe, e o Itamaraty é muito importante nesse processo. Afinal, nosso país merece e o produtor rural merece ainda mais. Estou muito honrado com essa homenagem”, discursou.

O ex-ministro Roberto Rodrigues, que também foi presidente da ABAG, mencionou que a história da FPA e da ABAG se misturam. Para ele, com o passar do tempo, as ideias vão se convergindo para uma posição integrada e comum. A ABAG também anunciou a formação de um Conselho Consultivo, com expoentes do agronegócio para a definição de estratégias para o setor. Esse Conselho é formado por Rodrigues, Lovatelli, Marcello Brito, ex-presidente da ABAG, e Christian Lohbauer, ex-presidente executivo da CropLife Brasil. **AR**



Homenageado Carlo Lovatelli entre Roberto Rodrigues e Luiz Carlos.

# Prospecção digital pode ser a chave do sucesso no Agro

“Prospecção digital é uma alternativa eficiente e econômica para conquistar novos clientes e aumentar as vendas”



Ricardo Martins, do Triwi.

Nos últimos anos, o setor agrícola tem passado por diversas mudanças, especialmente em relação à digitalização. Com o crescente uso de tecnologias digitais, o agronegócio está se tornando cada vez mais conectado, permitindo uma maior eficiência e produtividade. Dentre essas tecnologias, a prospecção digital tem se mostrado uma alternativa eficiente para conquistar novos clientes e aumentar as vendas no setor agrícola.

Para começar é preciso entender o conceito: a prospecção digital consiste em buscar novos clientes e oportunidades de negócio utilizando técnicas de marketing digital. Essas técnicas incluem a criação de conteúdo relevante, o uso de redes sociais, o envio de e-mails personalizados, entre outros. Para o setor agrícola, isso significa explorar os canais digitais para encontrar novos clientes, fornecedores e parceiros de negócios.

Uma das principais vantagens da prospecção digital é a possibilidade de segmentar o público-alvo e direcionar a mensagem de forma mais precisa e eficiente. No setor agrícola, por exemplo, é possível segmentar por tipo de cultura, tamanho da propriedade, região geográfica, entre outros. Com essa segmentação, é possível criar campanhas de marketing mais eficazes e com maiores chances de conversão.

Além disso, a prospecção digital é um complemento do trabalho feito no campo, através das abordagens tradicionais que

envolvem deslocamentos, impressão de materiais gráfico. Ao agrupar essas duas modalidades, a prospecção é facilitada, aumentando consideravelmente o alcance e o sucesso das vendas.

Na mesma esteira, com a prospecção digital é possível mensurar os resultados de forma mais precisa. Com as ferramentas digitais disponíveis, é possível medir o número de visitas ao site, a taxa de abertura de e-mails, o número de cliques em anúncios, entre outros dados importantes. Essas informações são fundamentais para avaliar a eficácia das campanhas e fazer ajustes necessários para aumentar a conversão.

No entanto, é importante destacar que a prospecção digital não substitui completamente as estratégias tradicionais de prospecção no agronegócio. Ainda existem muitas oportunidades de negócio que surgem através do contato pessoal e da visita aos clientes. O ideal é utilizar a prospecção digital como uma ferramenta complementar, para aumentar as chances de sucesso nas vendas.

No mais, a prospecção digital é uma alternativa eficiente e econômica para conquistar novos clientes e aumentar as vendas no setor agrícola. Ao utilizar as técnicas de marketing digital de forma estratégica e segmentada, é possível criar campanhas mais eficazes e com maiores chances de conversão. No entanto, é importante reforçar que a prospecção digital não substitui completamente as estratégias tradicionais de prospecção, mas sim, as complementam. **AR**



Prospecção digital é um complemento do trabalho feito no campo.

# Emprego Agro Brasil 2019 – 2022

FGVAgro atesta criação de 360 mil empregos formais na Agropecuária e Agroindústria em três anos

População ocupada cresceu 5,7 na Agricultura

É a maior taxa de empregos formais verificada no Agro desde o início da série histórica, em 2016. De 2019 a 2022, apesar de todas as turbulências (pandemia de Covid-19, quebra de safra,

guerra na Ucrânia) enfrentadas pela economia brasileira, o universo agro (compreendido como agropecuária e agroindústria) registrou um desempenho positivo, bem acima dos demais setores

econômicos nacionais. No período, o Valor Bruto da Produção Agropecuária (VBP), divulgado pelo Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), acumulou alta de 29,2%. A Agroindústria, por sua vez,

não chegou a registrar crescimento, porém, manteve-se estável, ao contrário da Indústria Geral, que contraiu 1,4%, de acordo com os dados do Índice de Produção Agroindustrial (PIMAgro), do Centro de Estudos do Agronegócio da Fundação Getúlio Vargas (FGV Agro). O desempenho da produção gerou reflexos positivos e expressivos no mercado de trabalho associado ao universo agro.

Universo Agro, Agropecuária e Agroindústria: Pessoal ocupado total, formal e informal (variação entre 2019 e 2022) e taxa de formalidade (formal/total) em 2019 e 2022 - média móvel de quatro trimestres

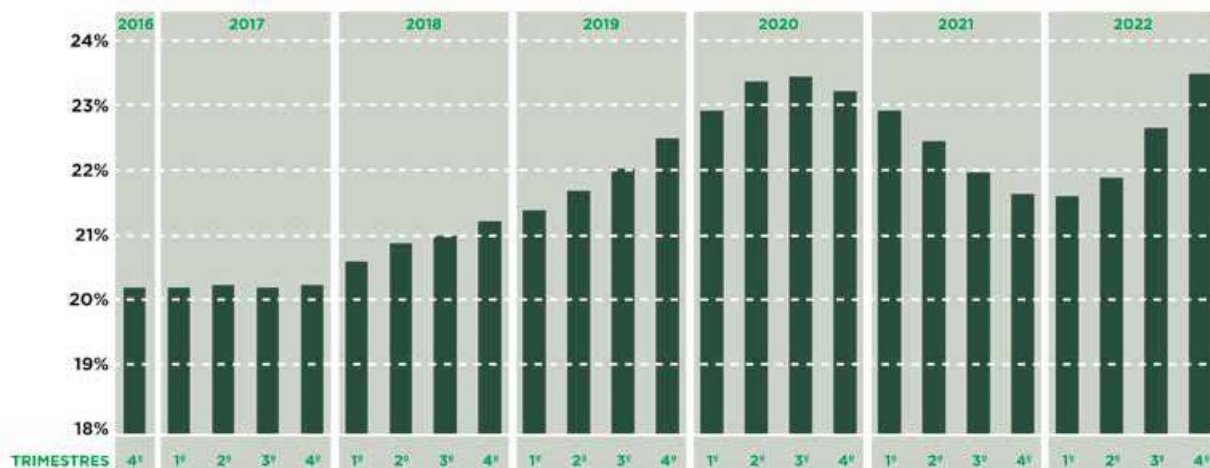
Variação entre 2019 e 2022 (%) Taxa de formalidade (%)

SETOR	TOTAL (%)	FORMAL (%)	INFORMAL (%)	2019 (%)	2022 (%)
Universo Agro	2,5	6,4	- 0,2	38,4	40,1
Agropecuária	2,8	7,7	1,4	22,2	23,2
Agricultura	5,7	10,1	4,4	22,6	23,5
Pecuária	-2,4	3,2	- 3,9	21,4	22,6
Agroindústria	2,1	6,4	5,8	65,1	67,8
Produtos Alimentícios e Bebidas	1,6	7,3	- 16,8	76,4	80,7
Produtos Alimentícios	3,1	9,2	- 15,3	75,0	79,5
Alimentos de Origem Vegetal	1,0	7,2	- 10,8	65,5	69,5
Alimentos de Origem Animal	3,9	9,9	- 18,0	78,6	83,1
Bebidas	-12,3	-8,0	- 49,3	89,6	94,0
Produtos Não-Alimentícios	2,4	5,8	- 2,4	58,9	60,8
Insumos Agropecuários	11,9	19,3	- 7,2	72,1	76,9
Produtos Têxteis	-1,3	-0,7	- 2,0	53,8	54,1
Produtos Florestais	6,2	12,0	- 2,9	60,7	64,1
Biocombustíveis	10,8	9,6	- 59,7	97,6	96,5
Fumo	13,5	- 18,9	5,6	77,9	73,1

Fonte: PNADC, Elaboração: FGVAgro.

Emprego Agro de 2019 a 2022!

**Agricultura: taxa de formalidade (relação entre formais e pessoal ocupado total) - média móvel de quatro trimestres**



Emprego formal na Agricultura

No Brasil, em 2019, o setor agro concentrava 13,62 milhões de pessoas ocupadas. Três anos depois, em 2022, o setor alcançou 13,96 milhões de postos de trabalho, ou seja, foram criadas 344,15 mil novas ocupações, uma expansão de 2,5%, superando o nível de pessoal ocupado antes da pandemia da Covid-19. Os dados são do estudo do FGVAgro, com base nos microdados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC).

De acordo com Felipe Serigati, coordenador do estudo e pesquisador do FGVAgro, a forte e estrutural expansão e o desenvolvimento do universo agro brasileiro têm claros reflexos sobre o

mercado de trabalho do setor. “Um dos aspectos é justamente a intensa incorporação de profissionais formais, com maior qualificação e que acessam remunerações mais elevadas. O presente estudo trata precisamente do acelerado processo de formalização da população ocupada associada ao setor e faz parte de novo um monitoramento trimestral e contínuo do FGVAgro a respeito do mercado de trabalho do universo agro. Esse monitoramento dialoga integralmente com as demais informações do IBGE (PNAD Contínua), bem como com o Índice de Produção Agroindustrial (PIMAgro), também do FGVAgro”, esclareceu.

O levantamento também revela que o segmento registrou uma forte substituição de trabalhadores informais (empregado no setor privado sem carteira de trabalho assinada; trabalhador doméstico sem carteira de trabalho assinada; empregado no setor público sem carteira de trabalho assinada; e empregador sem CNPJ, conta própria sem CNPJ e trabalhador familiar auxiliar) por profissionais formalizados, com maiores direitos trabalhistas, maior estabilidade e melhores remunerações (empregado no setor privado com carteira de trabalho

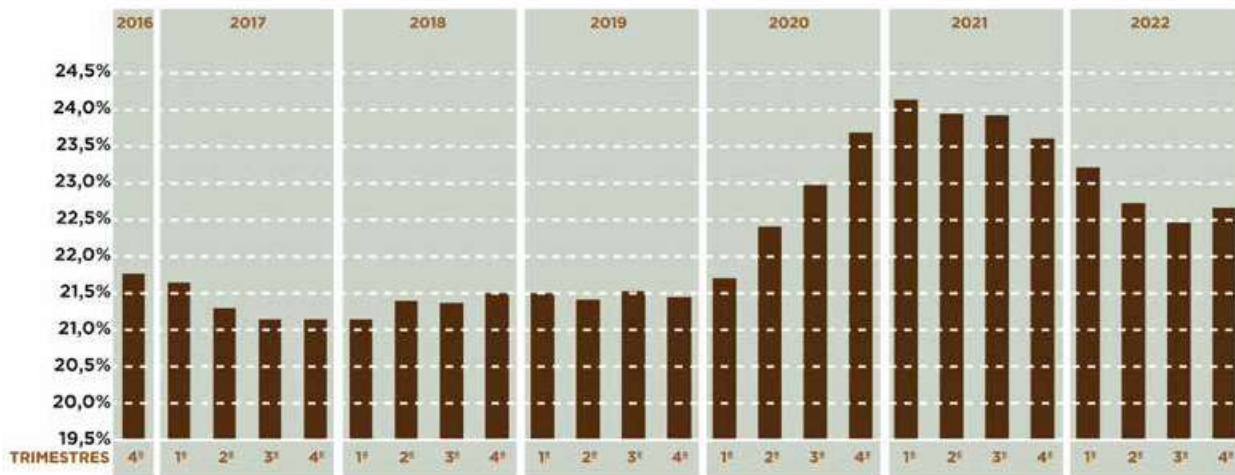
assinada; trabalhador doméstico com carteira de trabalho assinada; empregado no setor público com carteira de trabalho assinada; militar e servidor estatutário; empregador com CNPJ; e conta própria com CNPJ). Assim, enquanto foram gerados 359,62 mil postos de trabalho formais, foram destruídas 15,47 mil vagas informais. A expansão acumulada de 2,5% da população ocupada no universo agro, de 2019 a 2022, decorreu do crescimento dos ocupados nos dois principais segmentos do setor: 2,8% na Agropecuária e 2,1% na Agroindústria.

Dentro da Agropecuária, o resultado foi puxado pelo crescimento da Agricultura (5,7%). Em contrapartida, a pecuária



Estudo constatou o intenso processo de formalização da força de trabalho agro.

Pecuária: taxa de formalidade (relação entre formais e pessoal ocupado total) - média móvel de quatro trimestres



Emprego formal na Pecuária

perdeu vagas, 72,72 mil (-2,4%), o que pode estar relacionado à maior adoção de tecnologias poupadoras de mão de obra na atividade. Outro fato relevante é que a taxa de formalidade da Agricultura foi a maior registrada de toda a série histórica, que teve início em 2016, com 23,5%. Vale destacar que a maioria dos produtores rurais são classificados como informais, pois são categorizados como conta própria sem CNPJ, o que pode superestimar a informalidade do setor.

Nos últimos três anos, na Pecuária (2,4%), houve contração dos postos de trabalho,

porém, por conta, exclusivamente, da forte redução dos informais (-3,9%). Entre os formais, assim como na agricultura, também ocorreu expansão (3,2%). Apesar da taxa de formalidade apresentar alta (de 21,4% para 22,6%), ela está abaixo do seu recorde (24,1%). Na agroindústria, foram gerados, entre 2019 e 2022, 109,94 mil postos de trabalho, passando de 5,17 milhões para 5,28 milhões de vagas (alta de 2,1%). No entanto, essa foi a geração líquida de postos de trabalho, uma vez que houve criação de 215,45 mil vagas formais (6,4%) e destruição de 105,51 mil de informais (-5,8%). Com

isso, a agroindústria atingiu, em 2022, o maior contingente de pessoas ocupadas em vagas formais de toda a sua série histórica (iniciada em 2016). Além disso, verifica-se que a taxa de formalização da agroindústria aumentou desde o início da pandemia, passando de 65,1%, em 2019, para 67,8%, em 2022.

O aumento das vagas no mercado de trabalho da agroindústria foi derivado, tanto do segmento de produtos alimentícios e bebidas quanto de não-alimentícios, uma vez que registraram taxas de crescimento de, respectivamente, 1,6% e 2,4%. **AR**

Universo Agro: pessoal ocupado total (milhões de pessoas) - média móvel de quatro trimestres



Universo Agro - Pessoal ocupado

## Fala Carlão ao lado da Confraria Carcaça da Carne

O Grupo Publique marcou presença em peso no 'Dia de Campo 2023', organizado pela Associação Confraria da Carcaça Nelore (ACCN), em Santo Antônio da Platina (PR), na fazenda Nelore Beka, do produtor e empresário Abelardo Lupion. A história da Confraria confunde-se com a ampliação das medições de carcaça por ultrassom no Brasil. Tecnologia capaz de mostrar o animal por dentro, que trouxe uma promissora e nova perspectiva para a raça. Uma seleção consistente, com a busca de um tipo corporal mais precoce, profundo e de alta pontuação nos escores de conformação frigorífica, além das características para marmoreio, espessura de gordura subcutânea e área de olho de lombo, que garantem suculência, maciez e sabor à carne. As

interações dos associados são produtivas e diárias, pautadas exclusivamente por discussões sobre melhoramento, mercado de genética e de carnes, selos de qualidade, métodos físico-químicos

de melhoria da maciez, permuta e venda de genética, entre outras questões pertinentes a construção de um Nelore com genética avançada para a produção de carne de qualidade. **AR**



Da esquerda para a direita: Wagner Perotto, Cláudio Godoy, Carlão e Cristiano Soares, da AgroSB.

## Girolando e GENEX Brasil anunciam sua parceria

A Associação Brasileira dos Criadores de Girolando firmou parceria com a GENEX Brasil, empresa que inaugurou seu Centro de Biotecnologia e Difusão Genética em Uberaba (MG) e passou a atuar também no mercado de embriões. A proposta é desenvolver ações conjuntas para levar mais tecnologias e informações aos produtores rurais de todo o Brasil, durante os eventos da raça. A procura pela genética Girolando vem crescendo dentro e fora do país, alicerçada pelo trabalho de melhoramento genético desenvolvido nas últimas décadas. A empresa tem exportado doses de sêmen de touros Girolando para vários países da América Latina,

como Bolívia, Colômbia, Costa Rica e Guatemala. A raça é a segunda que mais vende sêmen entre as leiteiras. "São animais que se adaptam aos mais variados sistemas de produção e apresentam grande rusticidade, produtividade, precocidade e longevidade. O que tem levado à ampliação dos rebanhos na América Latina e no Brasil Central, Norte e Nordeste", informou o Gerente da Unidade de Negócios Leite da GENEX Brasil, Saul Hatem. "A parceria com a GENEX permitirá a difusão das tecnologias voltadas para a evolução genética dos rebanhos nacionais e de outros países", comemorou Domício Arruda, presidente da entidade. "Fico feliz em saber que

nossos laços serão ainda mais estreitados", afirmou Sérgio Saud, Diretor Executivo da GENEX Brasil. **AR**



Saul Hatem (GENEX Brasil) e Domício Arruda (Associação Brasileira dos Criadores de Girolando).

# Score Agro Serasa Experian

Índice de análise de crédito pode aumentar em 40,4% o número de produtores rurais com boa pontuação, principalmente nas regiões Norte e Nordeste, além dos produtores com mais de 60 anos



99% dos produtores rurais estão em conformidade com as ações ESG

Um estudo inédito da Serasa Experian revelou um cenário positivo para a concessão de crédito aos produtores rurais do Brasil. Na comparação com modalidades tradicionais de análise, a adoção da inteligência específica para o agronegócio pode fazer com que 40,4% dos trabalhadores do campo passem a ter escore acima de 500. “A solução, que ajuda a preencher a lacuna de informação que ainda existe nessa área, facilita ao setor agrícola a aquisição de um crédito de qualidade para financiar suas atividades e mitiga os riscos de concessão para os credores”, explica o head de agronegócio da Serasa Experian, Marcelo Pimenta. “Com o modelo tradicional utilizado pelo mercado, cerca de 58,6% desses trabalhadores teriam acesso a um crédito de qualidade. Mas quando utilizamos informações específicas do agronegócio para a análise, a expertise do Agro Score

foi capaz de aumentar esse percentual para 82,4% deles. Ou seja, para cada 1.000 produtores rurais, 586 estariam aptos ao crédito com o modelo comum de análise. Ao passo que, com o novo Escore específico para o agronegócio, esse número cresce para 824”, pontua Marcelo Pimenta.

Também de acordo com Marcelo Pimenta, o estudo demonstra como é fundamental que o setor tenha análises tecnológicas customizadas para garantir negociações mais vantajosas. “A avaliação dessa solução é mais assertiva, pois são levados em consideração os riscos do comportamento financeiro do produtor no mercado e sua relação com inadimplência relacionada ao agronegócio. Por isso, temos um Score de crédito específico para o setor, desenvolvido com modelagem estatística avançada para atender as peculiaridades do agronegócio, um

dos principais motores da economia no país”, acrescenta Pimenta. O Agro Score considera em sua análise o desempenho do produtor rural no mercado financeiro de cooperativas de crédito, comércio atacadista, indústrias do agronegócio, insumos, fertilizantes, maquinário agrícola, entre outros indicadores.



Marcelo Pimenta - Head de Agronegócio da Serasa Experian: “Avaliação mais assertiva do crédito”.

## PRODUTORES RURAIS COM MAIS DE 60 ANOS SÃO OS MAIS BENEFICIADOS

O recorte por faixa etária mostrou que aqueles com mais de 60 anos tiveram o maior salto na pontuação, já que marcaram alta de até 22,4% em comparação com as modalidades tradicionais de análise entregues pelo mercado. Os agricultores com idade entre 51 e 60 anos também tiveram destaque, crescendo aproximadamente 21,4%.

## REGIÕES NORTE E NORDESTE DO BRASIL MARCAM O MELHOR PERCENTUAL DE AUMENTO

A análise por Estados brasileiros mostrou que as regiões Norte (variação média de até 23,2%) e Nordeste (variação média de até 21,1%) são as mais beneficiadas pelo Agro Score, em relação à melhora da pontuação dos produtores rurais. Desta forma, eles podem otimizar sua tomada de crédito por meio da avaliação assertiva dos credores. A região Sudeste

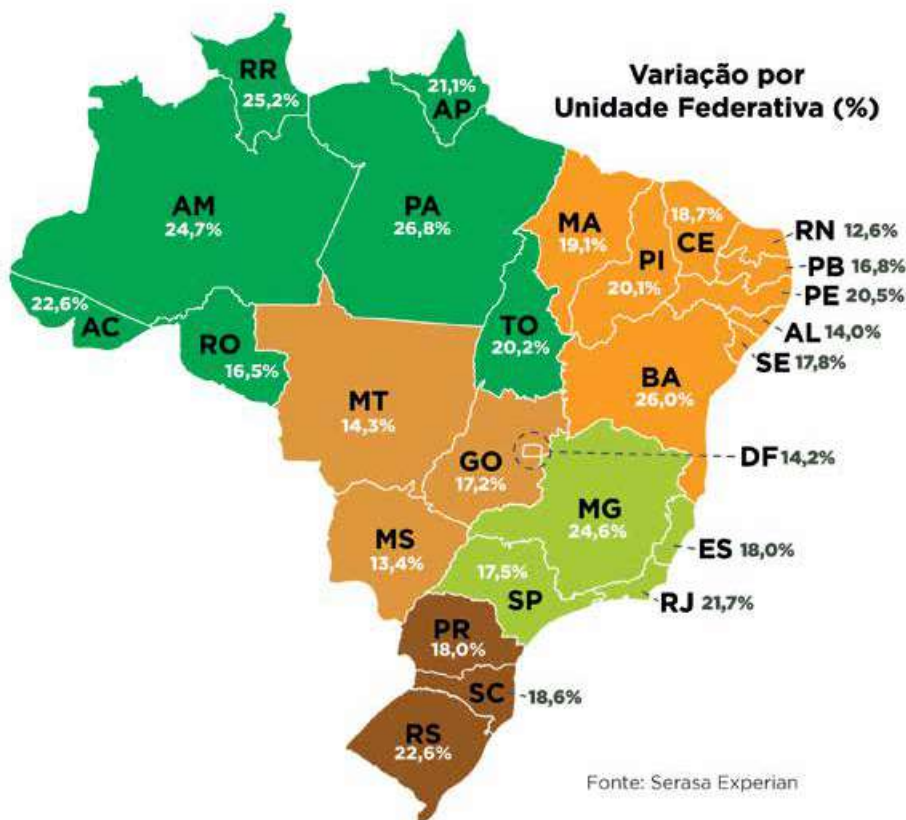


Produtores com mais de 60 anos são os mais beneficiados

marcou 20,9%, seguida pela Centro-Oeste (20,3%) e Sul (15,3%). Segundo o estudo, os donos de propriedades rurais do Pará tiveram o melhor ganho, em termos de Score, marcando alta de até 26,8%. Em sequência está a Bahia, com aproximadamente 26%. O crédito rural tem sido fundamental para fomentar a produção agrícola e, cada vez, mais esse recurso é solicitado para dar suporte aos trabalhadores do campo no país. Com a combinação de dados em uma análise customizada, os produtores têm mais chances de acessar linhas de crédito com melhores taxas de juros e investir com segurança em insumos necessários para suas atividades rurais”, finaliza Pimenta.

## METODOLOGIA

O Estudo de Impacto do Agro Score foi realizado em março de 2023, com uma amostra de cerca de nove milhões de donos de propriedades rurais e/ou que possuam empréstimos e financiamentos na modalidade rural e/ou agroindustrial no Cadastro Positivo. A solução atribui uma pontuação de 0 a 1000 a cada produtor. Quanto mais alta é a pontuação, maior é a chance de que ele cumpra os compromissos financeiros com empresas relacionadas ao agronegócio (comércio atacadista, indústrias, insumos, fertilizantes e maquinário agrícola), mercado financeiro e cooperativas de crédito. **AR**



Mapa do score agro para produtores por estado

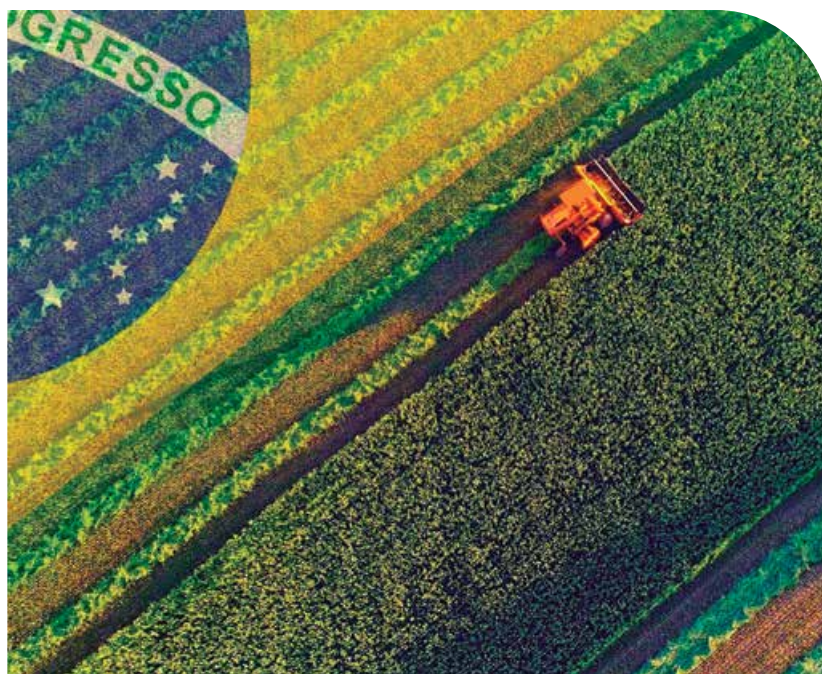
# Publique 2060 comunica o Agro World!

O Grupo Publique trabalha focado na comunicação do Agronegócio brasileiro e internacional há 35 anos e reinventa os negócios com a certeza de que está no lugar certo

Um segmento que cresce sem parar, investe e vai avançar ainda mais, principalmente por causa das novas tecnologias e da necessidade de alimentar o planeta e fornecer energia e fibras ao mundo inteiro. É esse alicerce que motivou o Grupo Publique a iniciar uma série de encontros na capital paulista com as equipes de gestão e trabalho, para direcionar as atividades mirando 2060. A empresa nasceu como Agência Publique em 1988, centrando sua atuação na Pecuária bovina brasileira, e com dez anos de atividades firmou-se como uma das maiores agências do setor no Brasil, tendo atingido a marca histórica de responder pela organização de todos os leilões de gado da Expozebu, a maior feira de Pecuária do país. O tempo passou, o Brasil firmou-se como ator preponderante do Agronegócio mundial e a Publique acompanhou a evolução passo a passo, abrindo horizontes



Pecuária Brasil: o início de um trabalho que abraçou o Agro Global em 35 anos



Comunicar a competência das empresas do Agro Brasil para o mundo inteiro!

de negócios para a Agricultura, as questões ambientais do Campo, todas as revoluções tecnológicas que vêm transformando o segmento. Criando soluções para os clientes em termos de vídeos, entrevistas, plataformas digitais, campanhas, redes sociais, produções cinematográficas, organização de eventos, programas de televisão, podcasts, consultoria qualificada. O início foi com a Pecuária do Brasil, a atividade de produção de carne bovina e leite, as proteínas mais históricas e simbólicas da economia do país. E que hoje é responsável pela liderança na exportação mundial da carne e um dos cinco maiores quando o assunto é leite. Numa segunda fase, o leque de ofertas foi aberto para as empresas do Agronegócio, que se modernizaram, passaram a

interagir com o mercado mundial e escalaram como nunca em pesquisa e oferta de soluções para aumentar a produtividade de lavouras e rebanhos.



A explosão das safras agrícolas marcou a terceira fase do Grupo Publique



Fala Carlão com João Aleixo, CEO Global da DVA na Espanha



Com o Governador do Pará, Helder Barbalho, em Sharm El Sheikh



Fala Carlão com Jorge Born, Diretor da Sociedade Rural Argentina, em Palermo

Na sequência, veio a revolução dos grãos, com safras recordes ano após ano, independentemente de crises econômicas e intempéries climáticas. E os últimos dez anos, quando o Grupo passou a navegar como nunca em todas as mídias digitais, criando e oferecendo conteúdos para todos os meios de comunicação, além de avançar no Agronegócio internacional, trabalhando em eventos, encontros, convenções e promoções empresariais na Argentina, África, no Paraguai, Canadá e Oriente Médio. Sem falar na presença marcante na COP27, no Egito, quando a Publique abraçou a causa maior do planeta por um mundo sustentável e reafirmou cobertura regular daqui para frente, no espaço mais nobre da mensagem ecológica comandada pela Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas. “Já estamos com tudo organizado para a COP28, neste ano, em Dubai, nos Emirados Árabes Unidos. E queremos estar ao lado de um grande número de empresas parceiras do Agronegócio brasileiro que optou por alimentar a população mundial, levar produtos de higiene e conforto à população mundial com sustentabilidade total e um olhar muito generoso e fraterno direcionado ao ser humano”, afirmou Carlos Alberto da Silva, o Carlão do ‘Fala Carlão’.

E a empresa atua engajada numa atividade que anexou nada menos do que 14 milhões de hectares cultivados com grãos somente nos últimos quatro anos. Que aumentou em 70 milhões de toneladas os grãos produzidos desde 2019. E colheu nada menos do que 310 milhões de toneladas na safra 2022 – 2023. A comida no Brasil seria muito mais cara se não fosse o trabalho do segmento. E no mundo também. Não existe outro local como



No Paraguai, mostrando a fábrica da Tecnomyl, ao lado do fundador José Marcos Sarábia

o Brasil que possa entregar tanto para a mesa de refeições do planeta como nosso país. Porém, a história da economia mundial é marcada por todo tipo de desafio. Ciclos produtivos de alta e baixa, conflitos, variações no câmbio, mudanças climáticas. Para sempre. O produtor brasileiro assume riscos. Tudo custa para ele. Investimentos, violência, armazenagem, crédito, três safras na mesma área, tecnologia, marketing, relacionamento, treinamento das equipes. Mesmo assim, ele expande a produção, converte terras e pastos degradados em lavouras, intensifica a pecuária, insere a nova geração de profissionais, realiza a sucessão em movimento. O mundo precisa de 6,8 milhões de hectares por ano para aumentar a produção de alimentos frente ao crescimento da população e o Brasil tem condições de ser responsável por até 40% desse total. O país precisa usar o agronegócio para promover a inclusão e riqueza para a construção civil, venda de imóveis, geração de empregos formais, serviços como dentista, médicos, lojas de roupas, calçados, restaurantes, lanchonetes, cinemas, escolas etc.

“ Temos 35 anos de história no Agro. Tempo de muito trabalho, interação, esforço e entendimento sobre como atender cada vez melhor quem acredita e investe em nossas criações.”

**Carlos Alberto da Silva,**  
Agro Presidente do Grupo Publique



Mas, mesmo em 2023, muitas empresas ainda não conseguem entender a importância, o alcance e a necessidade de se comunicar. Notadamente, em um mundo competitivo, com a sociedade vigilante sobre todos os processos que envolvem a inserção do trabalho e as relações humanas. Trabalho, fornecedores, raças, alimentos, qualidade, saúde, práticas de produção, trabalho escravo, mulheres, jovens, idosos, entregas comerciais, market share, etc. “Essa é a proposta que as sete plataformas do Grupo Publique estão lançando para as quatro próximas décadas. Em nome

de resultados concretos e exposição de marca para os agentes produtivos da Fazenda, Indústria e de todos os outros fornecedores tecnológicos do Novo Agro World”, reforça Carlão.

As Plataformas Agência Publique, AgroRevenda, Programa Fala Carlão, Guia AgroCooperativas, Guia Falando de Bichos, Turista Profissional e Recalculando são espaços de negócios, criação e informação sobre Alimentos, Saúde, Produção, Sustentabilidade, Integração e Felicidade. A estrada, daqui para a frente, é dar os braços para as corporações que melhoram primeiro

e crescem depois. Saibam dos momentos exatos de compra e venda. Mantêm caixa e tomam decisões de investimentos inteligentes. Controlam dados e têm os valores de custos assimilados por todos. Têm o olho do dono em todo o ciclo. Usam tecnologia, testam, inovam, mudam, frequentam eventos e interagem com os agentes de negócios presentes. Nunca estão satisfeitas. Sempre procuram como melhorar. Sempre estão atentas às oportunidades.

Até porque essa sempre foi a marca da corporação desde os anos 1980. Primeira Agência focada 100% no



### AS PLATAFORMAS QUE COMUNICAM O AGRO MUNDIAL!

# Agência Publique

# AgroRevenda

# Programa Fala Carlão

# Guia AgroCooperativas

# Guia Falando de Bichos

# Turista Profissional

# Recalculando

Agronegócio. Grupo que saiu na frente com o modelo de 'home office', em 2012. Lançou o primeiro influenciador do setor, ao postar na internet entrevistas com atores da cadeia produtiva em cada canto do país, com um celular na mão, no programa 'Fala Carlão'. Foi a primeira criadora e geradora de conteúdo informativo setorizado a cobrir a COP ao vivo, durante todos os dias do evento. "Temos 35 anos de história no Agro. Tempo de muito trabalho, interação, esforço e entendimento sobre como atender cada vez melhor quem acredita e investe em nossas criações. E entregar. No momento combinado. Sabemos que o mundo do agro é ainda mais dinâmico e lucrativo, assim como a economia mundial. Porém, temos plena consciência das mudanças mais aceleradas no ambiente de negócios. E entendemos bem o que está ocorrendo. São novos produtos, conflitos com as gerações mais jovens, ambiente no trabalho, oferta melhor ao mercado de insumos pecuários e veterinários, concorrência, custos, inovação. Cobrança, atuação rápida, digital, universal. Discutimos sobre tudo isso continuamente. On line e presencialmente. Para permanecermos no mercado atualizados às movimentações da sociedade e ao bem maior que o Grupo Publique possui: o cliente", falou Carlão. **AR**



Na COP27, no Egito, reafirmando o futuro global da atuação da empresa.

### INOVAÇÃO GRUPO PUBLIQUE!

- # Primeira Agência focada 100% no Agronegócio
- # Primeiro negócio de comunicação do Brasil e adotar o modelo de 'home office' – 2012
- # Primeiro influenciador do Agro Brasil | Programa 'Fala Carlão'
- # Primeira criadora e geradora de conteúdo a cobrir a COP ao vivo, todos os dias | 2022 – Egito
- # Única empresa do Agro a criar plataformas de conteúdo nas áreas de Criação, Distribuição de Insumos, Redes Sociais, Conteúdo Multimídia, Cooperativismo, Animais de Companhia, Saúde e Turismo

### MARCA GRUPO PUBLIQUE 35 ANOS

- # Tradição
- # Bagagem
- # Inovação
- # Entrega
- # Qualidade

### MARCA GRUPO PUBLIQUE 2060

- # Agilidade
- # Intensificação digital e tecnológica
- # Equipe focada no cliente
- # Atuação internacional
- # Ambiente de trabalho
- # O Agro Total é o negócio
- # Oferta maciça de produtos de comunicação
- # Interação máxima com a sociedade
- # Preocupação com os novos valores



## AgrofyDay



Carlão com Diego Arruda, Diretor de negócios AgroFy.



Com Elizabete Gonçalves, da AgroFy.



Com Felipe Luna, da AgroFy.



Com Imini Granado, Trader e Chiquinho Maturro, Ex-Secretário da Agricultura de SP



Com Thiago Rosolem, executivo da Amazonika Mundi.



Com Marcelo Morandi, da Embrapa e Daniel Vargas, da FGV.



Com Ricardo Santin, Presidente executivo da ABPA.

## Encontro de Confinadores da SCOT Consultoria



Entre Fernanda Marcantonatos e Verônica Lopes, da DSM.



Com José Leandro Olivi Peres.



Com Henrique Coutinho.



Com Alcides Torres, Preidente da SCOT Consultoria.



Guilherme Lima, Anderson Siqueira, Carlão, Vinícius Vercesi e Vinícius Godoy.



Entre Julia Zenatti e Jayne Costa, da SCOT Consultoria.



Com Fabricio Oliveira, Diretor Comercial da Ourofino.



Com Tulio Ramalho, Diretor de Vendas Ruminantes dsm-firmenich.



Com Carlos Faria e seu filho Artur, da Agropecuária Virtuosa.



Com Luizinho, da Coqueiro.



Com Beto Fava, Harven Agribussines.



Com Rogério Vargas, Diretor Executivo da Ourofino Agrociência.

## Na FEMEC



Carlão com Itamar Netto, pecuarista da ITA Senepol.



Com Ricardo Tortorella, Diretor executivo da ANDA.

## Na FIESP em Abril



Com Pedro Estevão da Abimaq.



Carlão e Renato Seraphim, da UPL.

## Em São Paulo/SP

## Lançamento SYNAP - Syngenta



Com Juan Pablo Llobet, Presidente da Syngenta Proteção de Cultivos no Brasil e América Latina.



Com Fabricio Pezente, CEO da Traive.



Com Eduardo Monteiro, Country Manager da Mosaic Fertilizantes.



Com Luciano Daher, Diretor de Comercial da Syngenta.



Com Paulo Tibúrcio, Presidente Executivo da ANDAV e Osvaldo Abud, Presidente do Conselho da ANDAV.



Com João Benetti, Vice-Presidente da Yara Fertilizantes



Com André Pozza, Diretor de Marketing da Syngenta.



Com André Savino, Diretor Geral da SYNAP.

## Ne Leilão Sindi DON



Com Silvestre Marinho do Carmo, da Connect Leilões.



Com Geraldo Carvalho.



Com Luis Otávio Pereira Lima, Marcão Junqueira (in memorian), Adir do Carmo Leonel e Edurado Biagi.



Com Dr. Fausto Pereira Lima.



Com Gabriel Garcia Cid, Presidente da ABCZ, e sua filha.



Com Wagner Perotto, consultor de pecuária.



Com Adir Leonel, Miguel Curi e Felipe Curti, da Fazenda Porangaba.



Com Vítor Biagi, do Sindi DON.



Com Ângelo Prata Tibery, pecuarista.



Josemar França e seu filho Matheus França, Carlão e Márcia Benevenuto.



Com Mário Barbosa.

## Núcleo Feminino do Agronegócio



Com Roberto Rodrigues, ex-Ministro da Agricultura e membro do COSAG.



Com Marcos Fava Neves, da Markestrat.



Com Eliane Massari, Presidente do Núcleo Feminino do Agronegócio.



Com a pecuarista Beatriz Biagi Becker.

## Na Agrishow, em Ribeirão Preto/SP



Deniz Sanches (Clube Agro Brasil e Riba Velasco, editor da AgroRevenda.



Riba Velasco com Laisa Reny, da Campofert Soluções Agro.



Com Marcão, da Mosaic.



Com Roberto Toledo, Gerente de Herbicidas da Ourofino.



Com Zé Renato, da Ourofino.



Simonia Sabadin, CFO da Coopercitrus.



Carlão e Luis Otávio Pereira Lima, Gerente de Pecuária da Carpa.



Com Maurílio Biagi, empresário.



Com Sergio Bortolozzo, Presidente Sociedade Rural Brasileira.



Com Monika Bergamaschi, Ex Secretária da Agricultura do Estado de SP.



Com João Marchezan, Presidente da Agrishow.



Com Rodrigo Castejon e amigo.



Com Duarte Nogueira, Prefeito de Ribeirão Preto, e Francisco Maturro.



Com Abelardo Lupion, ex Deputado Federal.

## Na FIESP em maio



Com o empresário Sylvio Ribeiro do Valle.



Com Grazielle Parenti, da Syngenta.



Com Felipe Vieira, da Valmont.



Com Silvio Rangel, da FIEMT.



Com Cintia Ticianeli, Produtora Rural.



Com Pedreira e Jacyr do Cosag.

## Na AgroBrasília/DF



Com Luciana e Luiz Rossi, do Bradesco.



Com diretores da Adama.



Com Camila Stefani Colpo, Presidente do Conselho da Boa Safra



Com José Guilherme Brenner, Presidente da AgroBrasília.



Com equipe da ICL.



Com Marcelo Habe, da Adubos Araguaia.

## Na Agrishow, em Ribeirão Preto/SP



Com Marcela Loyarte, da Mosaic.



Com Jorge Parras, da Mosaic.



Fala Carlão conversa no estande do Bradesco com João Sampaio, produtores e diretores do Banco.



João Sampaio, Ex-Secretário de Agricultura de SP.



Com Eduardo Monteiro, Country Manager da Mosaic Fertilizantes.



Com Caio Carvalho, Presidente da ABAG.



Com Luiz Carlos Trabuco Cappi, Presidente do Conselho de Administração do Bradesco.



Maurício Minas, Chiquinho Maturro e Carlão da Publique.



Com Fernando Costa, da Galapagos e seu pai Jacyr Costa Filho, do COSAG.



Com Fernando Freiberger, do Bradesco.



Com Rubens Aguir Alvarez, do Bradesco.



Com Sergio Bortolozzo, Presidente Sociedade Rural Brasileira.



Com Ney Dias, do Bradesco.



Com Gustavo Junqueira, ex-Secretário da Agricultura do Estado de SP e seu pai.



Com Duarte Nogueira, Prefeito de Ribeirão Preto, SP.



Com Eduardo Scannavino de Queiroz.



Com Paulo Máximo, Diretor de Marketing da New Holland e Claudio Calaça Jr, Gerente Comercial.



Com Nilton Horita, Assessor de Imprensa do Bradesco.



Com Roberto França, do Bradesco.



Com Francisco Maturro, ex-Secretário de Agricultura do Estado de São Paulo.



Com Samuel Bortolin, da Mosaic.



Com Eduardo Sarabia, da Tecnomyl.



Com Maximiliano Landrein, CEO Agroyf.

## Na Agrishow, em Ribeirão Preto/SP



Com Norival Bonamich, fundador da Ourofino.



Com Roberto França e Rodrigo Bonato, da John Deere.



Com Riba Velasco, Editor da Plataforma AgroRevenda.



Com Arnaldo Jardim, Deputado Federal.



Com Flavio Castellari, Diretor Executivo da APLA.



Com João Pedro Mazeto.



Com Antonio Júlio Junqueira, Secretário de Agricultura do Estado de SP.



Com Adriana Verdi, coordenadora dos APLs e Roberto Lucena, Secretário do Turismo e Viagens do Estado de SP.



Com Alexandre Bertin, Presidente da Câmara Setorial da Cachaça.



Com Camila Almeida, produtora rural.



Com Matheus Consóli, da Coopercitrus.



Com Fernando Degobbi, Diretor-Presidente Coopercitrus.



Marcos Belle, IOP INPASA.



Carlão, Eric Chinen, Deniz, do Clube AgroBrasil, e Vinícius Godoy, do Grupo Publique.



Com Edson Moreto, Diretor Executivo do Bradesco.



Carlão e Luis Otávio Pereira Lima, Gerente de Pecuária da Carpa.

## Na Expozebu, em Uberaba/MG



Com Jorge Zaidan, jornalista e apresentador do Canal do Boi.



Com Chico, da Pauleiceia



Com Marinho da ABS.



Com Domício Silva, Presidente da Girolando.



Com Laudo Natel da ABS.



Com Daniel Vargas, da FGV.



Com Juan Lebron, da ABCZ.



Com Eduardo Bastos, da My Carbon.



Com Thiago Carvalho, do CEPEA.

## Na Agrotins, Palmas/TO



Com as assistentes técnicas da John Deere.



Com Nadege Saad e seu time do e-Agro.



Entre Ariovaldo Quintana e Leandro Sitta, da Syngenta.



Com Paulo Lima, Presidente da Agência de Defesa Agropecuária do Estado do Tocantins.



Com Rogerio Medeiros, da Mosaic.



Com Josimar Reis, da Mosaic.



Roberto França e seu time do Bradesco.



Com Vinícius Carreiro, especialista em Desenvolvimento de Mercado da Mosaic Fertilizantes.



Com Janice Prestes, da Mosaic.



Domingão do Carlão com a Família Agronorte.



Carlão com Maurício Tonhá e grandes pecuaristas do Tocantins.



Com Gilvânio Pereira da Silva, Gerente Comercial Uniggel.

## No Bradesco em Osasco/SP



Com Walkíria Schirmeister Marchetti, Diretora Executiva de TI do Bradesco.



Com João Carlos Gomes, Diretor Executivo do Bradesco



Com Glaucimar Peticov, Diretora Executiva do Bradesco.



Com Nathália Garcia, CMO do Bradesco.

## Na Expozebu, em Uberaba/MG



Com Gustavo Rodrigues, Presidente da Associação do Brahman.



Com Arnaldinho Manoel e Antônio Rosa (Toti), da Embrapa.



Com Luiz Alberto Rodrigues da Cunha Jr.



Com Paulo Piau, ex-Prefeito de Uberaba.



Com Beatriz Garcia Cid, mãe do Presidente da ABCZ.



Com o Dr. Wilson Rondó.



Com Cláudio Paranhos, da Fazenda Japaranduba.

## Na Hortitec, Holambra/SP



Na entrada do Hortitec.



Com Luiz Carlos Cavalcante, Diretor comercial Rovensa Next.



Com Jorge Almeida, Diretor Rovensa Next.



Com Antonio Julio Junqueira Queiróz.

## Na ASBRAM, São Paulo/SP



Com Fernando Capato, Prefeito de Holambra.



Com Pedro Franco de Oliveira, Prefeito de Engenheiro Coelho.



Com Maurício Negreiros Velloso, Presidente da Assocon.



Com Elizabeth Chagas (ASBRAM) e Felipe Cauê Serigati, da FGV.

## Inauguração AgRoss em Anápolis/GO



Riba Velasco, editor da Plataforma AgroRevenda, Ademir Pereira da Silva, Coordenador Executivo ANDAV GO e DF, Carlão e Helder Luiz Martins, Dono da Revenda PlantyaAgro.



Luiz Rossi, da AgRoss em apresentação da nova unidade em Anápolis/GO.



Carlão com Helder Luiz Martins, da Revenda PlantyaAgro.



Luiz Rossi apresentando o Guia Prático Revenda Legal durante a inauguração.

## Bahia Farm Show, LEM/BA



Entre Chico e Marcelino Flores, da AgroSui.



Com Marcelo Silvestre, Presidente Galvani Fertilizantes.



Com Thiago Andrade, Presidente da PetroBahia.

# Você já 'Turistou' hoje?



**Turista**  
**Profissional**  
**.com.br**

Vale a pena 'turistar' por aqui!

Canal Turista Profissional • Comunidade Instagram • Comunidade Facebook  
Palestras • Coach • Consultoria



(11) 9.9105.2030

[www.turistaprofissional.com.br](http://www.turistaprofissional.com.br)



o que vem na próxima **AgroRevenda** **AR100**

# AgriConnection

A força que conecta quem produz e quem consome



## O RANKING 2023

Suplemento AgroCooperativas traz o ranking atualizado das 10 maiores cooperativas do agronegócio brasileiro. Confira as maiores entre as grandes organizações cooperativistas do país, segundo dados fechados no ano passado.

## PROTOCOLO ESG

Cooperativa Regional de Cafeicultores em Guaxupé (Cooxupé) apresentou seu Protocolo Gerações, conjunto próprio de ações de sustentabilidade que envolve cooperados, trabalho nas propriedades e qualidade de produtos.

Participe da próxima edição da Revista AgroRevenda. Confira o Mídia Kit da Plataforma Agrovevenda pelo QR-Code ao lado.



## Juros Brasil

O efeito real do custo do dinheiro para o Agro.



## É “nóis”!

Revista AgroRevenda é 100 para destacar a Distribuição Brasil.



## É Agro!

Grandes feiras fecham 2023 com recordes impressionantes.



## Distribuição Urgente!

Evolução e futuro do desenvolvimento das equipes na distribuição de insumos. O ontem, hoje e o amanhã da distribuição de insumos.



### Zoonose

Cuidado com a infecção dos cães pela leishmaniose é importante não apenas para os animais. A doença oferece riscos também para os humanos. No ano passado, 174 pessoas morreram por causa da doença no Brasil.

### Nutracêuticos

A busca pela maior qualidade de vida dos pets é uma constante para os tutores e um caminho seguro para a indústrias do setor. O uso de aditivos nutraceuticos nas rações secas e úmidas vem ganhando espaço no país.

# Venda mais com menos risco

- Gestão do processo de crédito integrada à venda de recebíveis
- Automatize a busca de dados e aprovação de crédito
- Análise de risco completa e precisa em minutos para diversas culturas



Somos a única plataforma do mercado que administra toda a esteira de crédito, desde avaliação de pedidos até a venda dos recebíveis para o mercado de capitais. É mais segurança e governança para seu negócio.



**Tome a melhor decisão.**

Fale agora com o nosso time comercial pelo e-mail [comercial@traivefinance.com](mailto:comercial@traivefinance.com) ou acesse:

**[traivefinance.com](https://traivefinance.com)**

   @traivebrasil

 **traive**