

AgroRevenda

A Plataforma de Distribuição Agro

Roberto Motta,
Presidente/CEO da
Agro Amazônia.

Agro Amazônia

Há 40 anos trabalhando para o desenvolvimento sustentável do agronegócio



Entrevista
Marcos Troyjo: "O Brasil será o Vale da Água do planeta"



Congresso ANDAV
Oswaldo Abud, Presidente do Conselho e Paulo Tibúrcio, Presidente Executivo da ANDAV



Congresso ABAG
Luiz Carlos Carvalho, Presidente da ABAG



CONTRATE CRÉDITO RURAL
E CONCORRA A

3 tratores 0km

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



Saiba como
participar.



Crédito sujeito a aprovação, enquadramento, técnico e demais condições dos produtos. Válido para operações de Crédito Rural (RO/RL/CPR) e/ou BNDES Agropecuario e/ou Multirécito (limite guarda-chuva) Promoção válida de 1/08/2023 a 15/11/2024. Consulte condições de participação e regulamento completo em <https://banco.bradesco/promocoesagro>. Certificado de Autorização CRE nº 04.028262/2023. Fone Falt Bradesco-4002.0022/0800.970.0022. SAC - Alô Bradesco: 0800.704.6383. SAC - Deficiência Auditiva ou de Falas: 0800.722.0099. Ouvidoria: 0800.727.9933. Fotos meramente ilustrativas.

Entre nós,
você vem primeiro.

 **bradesco**

AgROSS FAZ FUTURO EM PAULÍNIA/SP:

Em breve novo QG de operações administrativas e logísticas.

A AgRoss, empresa pioneira na especialização do atacado de defensivos no Brasil, com 26 anos de atuação no território brasileiro, não para de inovar. Está se preparando para suportar o crescimento do agronegócio brasileiro, e ainda este ano inaugurará sua nova unidade central em Paulínia/SP. Esta unidade, que está em fase de acabamento, conta com 70.000 m³ de armazenagem, incluindo câmara fria para biológicos e sementes. Ela atenderá o novo segmento de Operador Logístico Comercial sem custos para seus fornecedores, atuando também como Central de Contingência para seus CDs secundários espalhados pelo Brasil.

Esta unidade em Paulínia será a nova matriz do Grupo AgRoss, acolhendo em seu prédio administrativo de três lajes todas as divisões e empresas do grupo. Isso inclui a empresa financeira AgRoss Fundos de Investimentos Creditórios, que fornecerá lastro de crédito para a nova operação logística comercial.

A nova unidade foi projetada para possuir toda a estrutura necessária à operação da empresa, como um estúdio de alta tecnologia para a TV AgRoss, uma "house" (agência de publicidade própria), um centro de treinamento e auditório para clientes e um moderno centro de almoxarifado de manutenção (MRO) para atender às necessidades de sua frota de veículos.



Estúdio TV AgRoss



House (agência publicitária)



Unidade Paulínia



70.000 m³ de Armazenagem

Centro de Treinamento





entrevista	10	energia	165
Marcos Prado Troyjo, da Universidade de Oxford		Carro elétrico é passado! O futuro é cana!	
capa	18	bioinsumos	166
Agro Amazônia 40 anos		Inoculantes biológicos	
Falando de Bichos	65	Agro Brasil 2033	170
Tudo de Pet. Tudo de Bom.		Brasil 390 milhões de toneladas	
markestrat profissional de vendas	74	recuperação de áreas	172
Contratar e reter!		Programa para solos degradados da Syngenta	
markestrat distribuição	76	em campo	174
Distribuição 2024		CEO global da Adama visita Brasil e elogia agricultura	
Vetoquinol 90 anos	78	defensivos	175
Vetoquinol 90 anos		Defensivos na loja crescem 50%	
AgroCooperativas	83	business	176
Coopercitrus expande atividades em Goiás e Minas Gerais		Rodrigo Miguel, Diretor Geral Latam da Agrifirm	
Congresso ABAG	94	expansão	177
Congresso ABAG 2023, o desafio do protagonismo		Grupo Sinagro quintuplica faturamento em cinco anos	
Congresso ANDAV 2023	104	diário do agro	178
Congresso Andav 2023, a força e o futuro da Distribuição		Agro investe na planta!	
distribuição Brasil	134	panorama	182
A Distribuição Brasil cresce!		A evolução da agricultura do Brasil	
eventos	148	por onde andamos	184
Fertilizante Brasil pode crescer em 1,7 milhão de toneladas		Eventos e encontros do Agronegócio Brasileiro	
passarela da distribuição	162	o que vem na próxima AgroRevenda	194
A Distribuição está na avenida!		AgroGalaxy, foco no planejamento e nos parceiros	

VOCÊ É UM AGRICULTOR **RISCOCULTOR?**

- O agricultor de verdade cultiva soja no limpo.
- O agricultor de verdade aumenta a sua produtividade.
- O agricultor de verdade se previne usando pré-emergente.
- O agricultor de verdade USA ALLUS®.

- O **riscocultor** cultiva plantas daninhas.
- O **riscocultor** aumenta suas perdas.
- O **riscocultor** não se preocupa com as plantas daninhas.
- O **riscocultor** conta com a sorte.



**NÃO SEJA UM RISCOCULTOR.
SEJA UM AGRICULTOR DE VERDADE.
USE ALLUS®!**

Chegou o Allus®, herbicida pré-emergente que atua após a germinação das sementes de plantas daninhas de folhas largas e folhas estreitas.

Com Allus®, a sua soja cresce e você fica livre de preocupações.

ATENÇÃO: ESSE PRODUTO É PERIGOSO À SAÚDE HUMANA, ANIMAL E AO MEIO AMBIENTE. USO AGRÍCOLA. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO. CONSULTE SEMPRE UM AGRÔNOMO. INFORME-SE E REALIZE O MANEJO INTEGRADO DE PRAGAS. DESCARTE CORRETAMENTE AS EMBALAGENS E OS RESTOS DOS PRODUTOS. LEIA ATENTAMENTE E SIGA AS INSTRUÇÕES CONTIDAS NO RÓTULO, NA BULA E NA RECEITA. UTILIZE OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL.

Saiba mais em:

 br.helmcrop.com

 [/helmdobrasil](https://www.facebook.com/helmdobrasil)

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

 [HELMdoBrasilMercantil](https://www.youtube.com/HELMdoBrasilMercantil)


ALLUS®
herbicida





JULIO CESAR PEREIRA DA SILVA / PUBLIQUE BANCO DE IMAGENS

Olá!

O ano de 2023 está chegando ao fim com intensidade.

Safra recorde, oscilações fortes em insumos e grãos, problemas com crédito e seguros.

Mas, se olharmos em perspectiva, o Agronegócio vive um salto tecnológico vertiginoso.

E é ele quem vai garantir margens, crescimento e penetração internacional crescente.

Como comprovam o aniversário de quarenta anos de um gigante do segmento.

E o congresso maior da distribuição de insumos mais exuberante do planeta.

Destaques desta edição.

Agro Amazônia e Congresso Andav.

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) 9.9585.3213

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

Vinicius Godoy
vinicius@publique.com
(16) 9.9782.1612

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

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

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

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

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

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

Fany Michel
fany@publique.com
(34) 9.9911.0536

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

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

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

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

Rafael Alves
rafael@publique.com
(15) 9.9853.4363

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

AGRO ADMINISTRATIVO, FINANCEIRO E RH: Adrians Bonanni
financeiro@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.agrovevenda.com.br agrovevenda@agrovevenda.com.br

www.agrovevenda.com.br



PRESIDENTE E FUNDADOR: Carlos Alberto da Silva

www.publique.com



Todas as soluções **tech** para o **agro** em um só lugar

Há 30 anos, a Aliare desenvolve soluções que otimizam a gestão e aumentam a lucratividade do distribuidor de insumos.

Conheça o portfólio tech mais completo para o agro:



Sistemas
de gestão
(ERP)



Vendas e
relacionamento
(CRM)



Gestão de
armazenagem
(WMS)



BI e
Analytics



Receituário
agronômico
digital



Crédito
rural



Assinatura
eletrônica



Inteligência
fiscal



Educação
corporativa EaD



Membro apoiador

aliare

andav

www.aliare.co



entrevista **Marcos Prado Troyjo**



Marcos Prado Troyjo, Bolsista de Liderança Transformacional na Universidade de Oxford

Não é fácil encontrar um servidor público no planeta inteiro com a competência, objetividade, o conhecimento e a humildade de Marcos Prado Troyjo. Nascido no bairro paulistano de Perdizes. Pai com ascendência espanhola. Graduado pela Universidade de São Paulo (USP) em Economia e Ciências Políticas, realizou o doutorado na mesma instituição, na área de Sociologia das Relações Internacionais. Em 2005, apresentou tese de doutorado com o título: 'Poder e a prosperidade: cenário mundial e nova economia'. Também foi aluno do Instituto Rio Branco e serviu durante dez anos como diplomata licenciado, em cargos como Secretário de Imprensa da Missão do Brasil junto às Nações Unidas e como parte da delegação do país no Conselho de Segurança da Organização das Nações Unidas (ONU), no biênio 1998 - 1999. Chefiou o gabinete do Departamento de Cooperação Científica e Tecnológica do Ministério das Relações Exteriores. Deu aulas em três universidades e palestras em vários países. Escreveu para jornais impressos e internet. E foi comentarista de sites nacionais e internacionais. Tem mais. Foi diretor do BRICLab, um centro de estudos sobre o Brics na Universidade de Columbia (Estados Unidos), onde também foi professor adjunto na School of International and Public Affairs (SIPA); Secretário Especial de Comércio Exterior e Assuntos Internacionais do Ministério da Economia do Brasil.

“O Brasil pode ser o Vale da Água do planeta”

Troyjo ainda foi um dos principais interlocutores das negociações da finalização do Acordo Mercosul e União Europeia, considerado por especialistas em política externa como um dos maiores tratados entre blocos econômicos da história do comércio mundial. Foi eleito por unanimidade para liderar o banco multilateral de desenvolvimento pelo Conselho de Governadores do NBD. Em fevereiro deste ano, por obrigação legal, deu lugar à ex-presidente cassada Dilma Rousseff. Um homem que é um show de elegância, conhecimento, competência e clareza. A Revista AgroRevenda encontrou o corintiano Marcos Troyjo durante o Syngenta One Agro 2023, em Campinas (SP). Não há como desperdiçar uma oportunidade assim. Confira.

AgroRevenda - Quem é Marcos Troyjo?

Marcos Prado Troyjo - Sou brasileiro. Paulista e paulistano das Perdizes, da Rua Franco da Rocha. Sempre gostei de fazer esportes, fui estudar Economia e Ciência Política, entrei no Instituto Rio Branco, em um concurso para seguir carreira diplomática, fiz mestrado

na área de relações internacionais e sociologia, fiz doutorado lá também e pós-doutorado na Universidade de Colúmbia. Uma trajetória que combina estudo com atividade diplomática e internacional. E, depois, acabei indo para o setor privado. Mas sem deixar de lado os estudos, dar aulas.

AgroRevenda - Sua família teve influência em sua formação?

Marcos Prado Troyjo - Sempre. Eles insistiram para que eu frequentasse boas escolas, estudasse línguas, morasse no exterior e me especializasse. Assim, acabei dando aulas lá fora.

AgroRevenda - E depois?

Marcos Prado Troyjo - Mais tarde, quando o Paulo Guedes estava montando sua equipe econômica, fez um convite para eu integrar sua área externa e a gente criou a Secretaria Especial de Comércio Exterior e Assuntos Internacionais, que cuidaria das importações e exportações, mas também das relações com os bancos multilaterais, como o Banco Mundial e o Banco dos Brics.

AgroRevenda - Você, então, é um homem de sorte?

Marcos Prado Troyjo - Digamos que o apoio da família foi importante. Porém, o ditado diz que sorte é o encontro da competência com a oportunidade. Só que para ter competência é preciso trabalhar muito.

AgroRevenda - O que achou de participar de um encontro promovido por um gigante privado internacional do segmento?

Marcos Prado Troyjo - Agradavelmente admirado e satisfeito. Fiquei impressionado com o alcance, o número e a qualidade dos participantes. Muitos dados de pesquisa e desenvolvimento, produção, distribuição, logística. Gente de altíssimo nível, de diferentes setores do agronegócio. Comercialização externa, gerência, governança do agro. Foi uma honra participar.

AgroRevenda - Quais os desafios futuros do Agro Brasil?

Marcos Prado Troyjo - A trajetória do Brasil no Agro nos últimos cinquenta anos foi magnífica. Tanto que éramos um importador líquido de alimentos e hoje somos exportadores mundiais. Agora, o que tem de diferente para fazer do país um local de renda mais alta, empurrar o Brasil para frente, temos que ficar atentos. Se pegarmos as sete maiores, tradicionais e convencionais economias do mundo, o G7, (França, Canadá, Itália, Estados Unidos, Inglaterra, Alemanha e Japão), estaremos falando de um Produto Interno Bruto, medido pela paridade de compra, no valor de US\$ 50 trilhões. É o PIB combinado. Porém, se fizermos a mesma conta ao pegarmos os países emergentes mais crescem (China, Brasil, Índia, Indonésia, Rússia, México e Arábia Saudita), o que gosto de chamar de E7, teremos um PIB combinado de

“Devemos ter novos mercados. Para produtos específicos e com valor agregado. Frutas, carnes, derivados de leite”

US\$ 60 trilhões, 20% a mais do que os tradicionais G7. E isso é relevante para a produção de alimentos no Brasil porque quando você tem países com crescimento tão vertiginoso, uma população tão grande e rendas per capita razoavelmente baixas, em geral, a renda a mais vai para o consumo de alimentos, multiplica o consumo de calorias, nutrientes. Isso significa que essa demanda mundial numa área em que temos uma vantagem comparativa mudou muito.

AgroRevenda - E como aproveitar esse momento?

Marcos Prado Troyjo - Fazer frente à demanda externa, diversificar nossa produção de alimentos, agregar va-

lor, melhorar nossa armazenagem, distribuição e operação portuária de comida, conquistar o consumidor internacional, que agora quer ofertas mais sofisticadas e, obviamente, nos fazer valer do fato da dicotomia da competência dentro da porteira e ineficácia da porteira para fora.

AgroRevenda - Como se dá isso?

Marcos Prado Troyjo - Num momento em que a demanda mundial por alimentos é tão forte, a falta de infraestrutura no Brasil não é mais só um entrave brasileiro e sim mundial. Temos que ficar atentos às oportunidades de atração de investimentos de infraestrutura de longo prazo, pois aumentarão ainda mais nossa



Colheitas abundantes começam aqui!

Encontre os melhores insumos
agrícolas para o seu negócio.



Conheça o portfólio da Viter e transforme seus resultados.

- Corrige a acidez do solo (corrige o pH e nutre com Ca e Mg)
- Neutraliza o alumínio tóxico em profundidade
- Aumenta a eficiência dos fertilizantes



- Desenvolve perfil químico de solo
- Corrige a acidez do solo de forma imediata e é altamente solúvel
- Neutraliza o alumínio tóxico em profundidade
- Alcançar o potencial máximo do solo o ano todo – aplicação safra e safrinha



- Protege desde a primeira aplicação, potencializa a eficiência com mais aplicações
- Proporciona conforto térmico, reduzindo estresse por temperaturas elevadas
- Cria uma camada física protetora sem interferir na fisiologia da planta



Saiba mais em viteragro.com.br

produtividade. Logo, ter dificuldades com custos de investimentos e demora cronológica para erguer grandes obras precisam nos levar diretamente ao mercado internacional. Produzir um bem em Mato Grosso e chegar com ele ao litoral era um problema só nosso. Agora não. No ano passado estive em reuniões no Fórum Econômico Mundial, em Davos, na reunião do clima no Egito, no congresso anual do Fundo Monetário Internacional e Banco Mundial, e o tema da segurança alimentar estava em todo lugar, o tempo inteiro. De modo que, se a segurança alimentar é um tema no topo das preocupações, precisamos ver nossa postura como grande produtor de alimentos como mais uma chance de resolver nossa defasagem estrutural. Até pelo divórcio entre oportunidade de investimentos que remunerem o capital de forma adequada e a necessidade de infraestrutura básica. Mais uma vez, temos uma grande chance de resol-



“ Sorte é o encontro da competência com a oportunidade. Só que para ter competência é preciso trabalhar muito ”

ver nossos problemas mais contundentes nas duas próximas décadas.

AgroRevenda - Como devemos agir para atrair investimentos com base em sua atuação no exterior?

Marcos Prado Troyjo - Nós temos uma equação política que deve funcionar a serviço da atração de investimentos e a promoção do Brasil no exterior. Essa é a lição que temos que aprender com países que tiveram grande êxito nesse sentido. Mostrar uma imagem, prosseguir nas reformas estruturais e se integrar com os grandes mercados internacionais. Minha experiência no Banco de Desenvolvimento foi muito interessante. Primeiro, fui Presidente do Conselho e depois Presidente Executivo. O banco surgiu em 2015, é como uma criança. De 2015 a 2019, aprovou US\$ 600 milhões de dólares em financiamentos ao Brasil. De 2019 para cá, foram mais US\$ 5,4 bilhões. Logo, neste período, foi multiplicado por nove o número de projetos para o nosso país. Agora, se levar em consideração o que o banco pode fazer e o tamanho das necessidades estruturais que o Brasil tem, a contribuição é modesta. Por outro lado, esses bancos multilaterais funcionam como indutores de financiadores institucionais, fundos soberanos, isto é, aumenta o número de atores

numa atividade de financiamento a nosso favor.

AgroRevenda - E o futuro?

Marcos Prado Troyjo - Meu copo está meio cheio. Vejo a situação como se fosse um jogo de cartas e o mundo estivesse passando por um terremoto. A gente volta à mesa, as cartas são distribuídas novamente e o Brasil entra no jogo. Somos uma potência do agronegócio, da energia e do meio ambiente. A confluência dessas três características destaca o Brasil. Vai ocorrer o crescimento virtuoso. E ele será mais rápido se o Governo ajudar e resolver seus dilemas políticos internos. Digo mais uma vez: as características superam as divergências políticas ocasionais e eleitorais. Seremos um dos principais destinos de investimentos diretos na próxima década.

AgroRevenda - Se você fosse o Presidente da República do Brasil, o que faria daqui para frente?

Marcos Prado Troyjo - Para qualquer presidente, penso que nos próximos anos temos que continuar o processo de reformas estruturais. Em viagem recente à Singapura, ouvi diversas vezes que o nosso país está no sétimo ano consecutivo de reformas. Afinal de contas, essa é a maneira de absorvermos parte importante dessa recolocação de cadeias globais de suprimentos, que está saindo

um pouco da China, buscando alternativas. O Brasil já foi o maior parque industrial do hemisfério sul. Para isso precisa das reformas. Entre elas, a tributária, que representa demais ao empreendedor. Nossa média de tributos é 10% superior a dos países emergentes. Se nos aproximarmos deles, vai sobrar muito mais dinheiro para ações em educação, tecnologia e ciência, que são os grandes multiplicadores de produtividade, que é nosso grande problema. Isso só ocorre com a economia de mercado, com o setor privado.

AgroRevenda - Podemos sofrer com a concorrência internacional?

Marcos Prado Troyjo - Isso já ocorre em diversos setores. China e Índia estão entre os quatro maiores produtores de alimentos do planeta, por exemplo. Porém, os chineses têm uma população enorme e precisam importar. E a Índia necessita fazer reformas de natureza social. Entre as maiores economias do mundo, aquela que tem acesso aos recursos hídricos, solo, meteorologia, trabalho duro e capacidade de produção é o Brasil.

AgroRevenda - Por que você citou a água?

Marcos Prado Troyjo - É o insumo mais básico para produção agrícola. Veja o caso mais grave, que é o da Índia. De cada 10 litros de água naquele país, 8,5 litros vão para as lavouras. Logo, eles precisam racionar para o uso pessoal, higiene, energia, etc. Aqui não. Outra comparação que gosto de fazer é com o Vale do Silício, berço da tecnologia no Estado americano da Califórnia. O silício é um elemento fundamental para a construção de inúmeros equipamentos eletrônicos. O Brasil pode ser o 'Vale da Água' do planeta. Lembro-me de um congresso de que participei na Índia. Um



“Todos os países que viveram milagres econômicos depois da Segunda Grande Guerra Mundial usaram um intenso comércio exterior”

professor me falou sobre o comércio do futuro como o comércio de água do mundo. E também recordei uma explicação de um grande economista que conheci. Ele dizia que a China importa tanta soja porque o grão exige muito mais água do que o milho, que eles produzem bem até hoje. A água tecnológica brasileira será o grande fator de nova agregação de valor para nossa economia e nossa sociedade.

AgroRevenda - Por que o alimento é um tema que assusta tanto?

Marcos Prado Troyjo - Em 2050, a população mundial chegará a 10 bilhões de pessoas. Hoje, são oito bilhões. No período entre o nascimento de Jesus Cristo e 1927, a população mundial chegou a dois bilhões de pessoas. Nos próximos 27 anos, vamos ter um incremento populacional igual a uma nova China e uma nova Europa somadas. Outros dois bilhões. Um aumento que vai ocorrer essencialmente pelo crescimento líquido de apenas poucos países. Uganda, República Democrática do Congo, Índia, Paquistão, Indonésia, Etiópia, Tanzânia e um pouco dos Estados Unidos. É uma mudança muito dramática. É grave. Porque na confluência da participação do E7 no PIB mundial com essa explosão demográfica, o motor do

crescimento mundial virá, sobretudo, dos emergentes, com grandes contingentes populacionais. Veja o caso da China. Em 2023, eles devem crescer em torno de 5%. Porém, vinte anos atrás cresciam 10% ou 11% ao ano. Só que eles têm hoje um PIB nominal de US\$ 19 trilhões. Em 2001, era um PIB de US\$ 2 trilhões. Naquela época, a base era uma contribuição para o PIB Global de US\$ 40 bilhões. Hoje, a contribuição será de US\$ 950 bilhões. Vinte vezes mais.

AgroRevenda - E o Brasil?

Marcos Prado Troyjo - Vamos pensar. A Índia deve crescer 5% ou 6% neste ano. Mais do que a China desde 2015. E valor igual à Indonésia. Duas



nações com grande contingente populacional. É o mesmo que dobrar a renda per capita num período de doze anos. Num país rico, incremento assim é usado para comprar carro novo, casa nova. Nos emergentes, que crescem sobre bases muito deprimidas, as pessoas usam o dinheiro para comer mais e melhor. Logo, não podemos mais falar em super ciclos de commodities. É uma mudança estrutural da demanda mundial por alimentos, jogando lá para cima. É algo que não tem volta. Não é produzir, ser sustentável. É produzir mais. Aumento brutal da produção de alimentos. Agora, se isso é verdade, quem vai produzir esse alimento é o Brasil. Pois, dos quatro maiores produtores, o único que não tem problemas de importação ou recursos naturais é o Brasil. E isso tem sido demonstrado muito bem nos últimos anos.

AgroRevenda - E os resultados financeiros vão compensar?

Marcos Prado Troyjo - Em 2001, o comércio entre Brasil e China era de US\$ 1 milhão por dia. Hoje, é de US\$ 250 milhões por dia. Estamos estabilizando essa performance sem muito esforço. Somos uma fatia de 4% de tudo o que os chineses compram do mundo. Eles importam US\$ 2,5 trilhões. Nós exportamos US\$ 100 bilhões sem muito esforço. São R\$ 500 bilhões. Quando participei do Governo Bolsonaro, na equipe do Ministro Paulo Guedes, sei do esforço para economizar R\$ 1 bilhão na Previdência Social para não termos uma quebradeira. Tenho convicção de que seremos mais ricos em apenas uma geração, com renda per capita acima de US 20 mil ao ano. Podemos enriquecer bastante nos próximos 27 anos.

AgroRevenda - O senhor aposta em acordos bilaterais, como China e Mercosul?

“ Entre as maiores economias do mundo, aquela que tem acesso aos recursos hídricos, solo, meteorologia, trabalho duro e capacidade de produção é o Brasil”

Marcos Prado Troyjo - Não vejo isso como tão importante. Penso que devemos ter novos mercados e para produtos específicos e agregados. Frutas, carnes, derivados de leite. Como o Uruguai faz. Produtos de qualidade, bem embalados, estrategicamente colocados. Todos os países que viveram milagres econômicos depois da Segunda Grande Guerra Mundial, mesmo em diferentes regiões, com culturas distintas, regimes abertos ou fechados, usaram um intenso comércio exterior. Os países fechados ficaram para trás. Como Rússia, Turquia e um pouco o Brasil. Nossa dinâmica de abertura foi forte somente nos últimos quatro anos. Atingimos em 2022 uma corrente comercial de US\$ 600 bilhões, batendo vários recordes. Se continuarmos nessa dinâmica teremos bastantes benefícios à sociedade.

AgroRevenda - E os europeus?

Marcos Prado Troyjo - Com a União Europeia seria importante uma ligação por causa do fluxo de investimentos diretos. Grandes investidores encontram-se lá. Na Alemanha, França, Itália e Espanha. Apesar de atualmente exportarmos mais para Tailândia e Singapura. Sem falar que os europeus tam-

bém perdem grandes oportunidades por estarem fechando ou ameaçando fechar o mercado para nós. Agora, estou muito impactado por um estudo do Goldman Sachs que analisou o mercado de commodities e concluiu que o importante não é a explosão de preços e vendas dos grãos ao longo do tempo e sim de investimentos em capital que se segue aos dois primeiros fenômenos. O Brasil precisa estar atento para receber esse dinheiro. **AR**

MARCOS PRADO TROYJO

Nasceu em São Paulo – Capital

Graduado em Economia e Ciências Políticas | USP

Empresário, cientista social, diplomata, escritor e economista

Presidiu o New Development Bank (Banco dos Brics)

Pessoa do Ano em Comércio Exterior - Fundação Brasileira de Estudos de Comércio Exterior

O AUMENTO DA PRODUTIVIDADE DO SEU REBANHO PASSA PELO COMBATE AOS PARASITAS.

Elanco™

neoDIGITAL



ACESSE O SITE E SAIBA MAIS!

EZATECT™

A EVOLUÇÃO NO COMBATE AOS PARASITAS.



A concentração e proporção perfeitas das **3** moléculas: **Doramectina, Ivermectina e Abamectina**



Combate **3** parasitas importantes: vermes, carrapatos e larvas



Veículo especial com **3** benefícios: rapidez, eficácia e durabilidade



PROPORCIONA **SAÚDE, BEM-ESTAR ANIMAL** E, CONSEQUENTEMENTE, **AUMENTO DA PRODUTIVIDADE** DO REBANHO.



Atendimento ao Cliente Elanco
0800 011 2690

PARA MAIS INFORMAÇÕES
CONSULTE A BULA DO PRODUTO
Consulte sempre um Médico-Veterinário

Ezatect™, Elanco e o logo em barra diagonal são marcas da Elanco e suas afiliadas © 05/2023. Todos os direitos reservados. PM-BR-23-0621

Agro Amazônia 40 anos!

Distribuidora raiz monta estratégia para faturar R\$ 6 bilhões em 2023 e ser a melhor e maior do Brasil



Preço dos insumos em baixa. Produtores preocupados com dívidas e valores de commodity achatados. Pecuáristas sofrendo com preços de carne e leite desvalorizados, num mercado de oferta máxima, crédito caro e fazendeiros seletivos para fazer encomendas. Definitivamente, 2023 está sendo um desafio. Mesmo com uma safra histórica de grãos, de mais de 320 milhões de toneladas. Mas a confiança, energia e o sorriso do 'pé vermelho' de Roberto Motta são inabaláveis. Desde 1995, quando chegou a um "país" chamado Mato Grosso, lugar de um milhão de quilômetros quadrados, sede de três dos cinco maiores biomas do Brasil: Cerrado, Amazônia e Pantanal. Do tamanho da Venezuela e duas vezes e meia maior do que o Japão. A tarefa era ser sócio e diretor de um empreendimento que começou doze anos antes, uma loja simples, de apenas duas portas. Como atingir o sucesso? Ao lado das equipes, Roberto raciocinou com matemática simples. "A cada dia, a população do planeta aumenta em duzentas mil pessoas. E todas elas precisam comer. Basta atuarmos bem para alimentar todos eles", cravou o Presidente/CEO da Agro Amazônia. ●●●

AGRO AMAZÔNIA




“

A cada dia, a população do planeta aumenta em duzentas mil pessoas. E todas elas precisam comer. Basta atuarmos bem para alimentar todos eles”.

Roberto Motta,
Presidente/CEO da
Agro Amazônia



Nossas soluções sustentáveis
que combinam
biológicos e químicos,
você também encontra na Agro Amazônia

 /sumitomochemicalbrasil
 @sumitomochemicalbrasil
 /sumitomochemicalbrasil
sumitomochemical.com.br



 SUMITOMO CHEMICAL | SOLUÇÃO
SAC 0800 725 4011 | ÁGIL AO
sumitomochemical.com.br | CLIENTE



CÁSSIO GRECHI
Diretor Geral Brasil
Sumitomo Chemical

Nestes 40 anos de existência, a Agro Amazônia tem papel fundamental na introdução de novas tecnologias, serviços e ferramentas que auxiliam o produtor rural brasileiro a conquistar patamares cada vez maiores de produtividade e sucesso em seus negócios. Sua solidez, forma de entender e atender seus clientes têm permitido a sua expansão para vários estados brasileiros. Nós, da Sumitomo Chemical, agradecemos a oportunidade de construir uma relação forte, compartilhando valores semelhantes e, principalmente, dedicados e centrados nos clientes. Que venham muitos mais anos, que nossa aliança se fortaleça e que vocês continuem "Apaixonados pelo agro e movidos por desafios." Parabéns!



GUILHERME CARVALHO
Diretor de Marketing Brasil
Sumitomo Chemical

Parabéns a todo time da Agro Amazônia pela bem-sucedida trajetória nesses 40 anos de atuação, sempre a favor do desenvolvimento sustentável do agronegócio brasileiro. Todo respeito e reconhecimento conquistado dos clientes e do mercado é fruto de foco, dedicação e qualidade no atendimento durante toda essa jornada. Para nós é uma honra fazer parte dessa história de sucesso e de tê-los como parceiros!



TOBIAS GHELLER
Líder Comercial Oeste
da Sumitomo Chemical

Sempre tive profunda admiração por empresas que foram construídas do ponto zero e se tornaram grandes e sólidos negócios, como a Agro Amazônia. Desde 2010, em Sapezal-MT, quando era representante comercial, vivenciei como sua gestão tem sido pavimentada, como seus valores empresariais são sólidos e bem estruturados e, sempre com seu time "vestindo a camisa" da companhia. São amigos e parceiros de trabalho que construíram toda essa história. Parabênizo todo time Agro Amazônia por sua trajetória e longevidade! São 40 anos de vida, de pessoas e de safras, vivendo da e para a agropecuária.

Parabéns pelos
anos



AGRO AMAZÔNIA

Quase três décadas depois, a lógica comprovou-se perfeita. A Agro Amazônia abriu 63 filiais no país, chegou a nove estados e tornou-se a maior empresa individual do segmento no Brasil. Antes disso, aliou-se a uma gigante do agro global, a Sumitomo Corporation, conglomerado com mais de 900 empresas espalhadas pelo planeta, que adquiriu 100% da participação do negócio em 2018. Naquele ano, o primeiro exercício integralmente sob controle da Sumitomo, a empresa comercializou R\$ 1,32 bilhão. E, nos quatro anos seguintes, cresceu 4,24 vezes. Sempre com 'um olho no peixe e outro no gato'. "É sempre importante lembrar que a agricultura é cí-

clica e o investidor não pode deixar de prestar atenção nos momentos ruins. Empréstimos tomados em dólar, cuidados necessários nas áreas técnica, financeira, humana, de comercialização, commodities, gestão. Focar nos detalhes e gerenciar em alto nível. Neste ano, por exemplo, teremos que ampliar sensivelmente os volumes de insumos vendidos porque eles são a nossa principal fonte de receita. Só os fertilizantes caíram 40%. Poucas empresas podem fazer isso. Nós fazemos. E vamos fazer cada vez mais e melhor", garante Roberto Motta.

O plano para tal já foi estruturado. Oito novas lojas neste ano, outras dez em

2024 e superar 90 filiais em 2025. A coragem de uma nova indústria de beneficiamento de sementes, custo de R\$ 150 milhões, em Patos de Minas, MG. A empresa já atua no setor, com a marca própria Dagma, junção entre GDM e Agro Amazônia, além da venda de marcas de terceiros, comercializando hoje dois milhões de sacas. Um novo Centro de Distribuição em Cuiabá, climatizado, de 13.500 m², para insumos e sementes, que deve estar em atividade no início de 2025. E uma rede de silos próprios, ampliando os negócios envolvendo originação de grãos e venda de insumos. "O produto precisa estar à disposição do cliente", emenda Roberto. Tudo com suporte da Sumi-



“

Temos que obter lucro, sermos corretos, contribuir para os clientes, o meio ambiente e com a sociedade”.

Kohei Ohkubo,
Diretor de Planejamento da Agro Amazônia



tomo, por meio dos bancos SMBC, e MUFG (ligado à Mitsubishi), que resulta em pagamento à vista, o que ajuda na negociação com os fornecedores e se diferenciando da concorrência. “No Brasil, há muitas oportunidades para crescer e podemos ampliar a área de produção e a produtividade. Ao lado do produtor. O agronegócio é área vital na nossa corporação”, afirma Kohei Ohkubo, Diretor de Planejamento. “O crescimento passa por um processo grande de governança, muito bem definido, gestão financeira e de crédito, fluxo de caixa, ter os recursos financeiros necessários na hora

que precisa. Ter ‘bancabilidade’ alta para o capital, cuidar com carinho do emprego dos recursos do capital de giro, como ele é direcionado, e todas as exposições. Nossa área financeira está montada para apoiar todos esses negócios e, aí sim, deixar a operação rodar”, acentua Adriano de Paula Araújo, Diretor Financeiro e ESG.

Outra estratégia adotada pela empresa é o crescimento orgânico. Um ano histórico foi 2022, no finalzinho de dezembro, com o fechamento do negócio com a Nativa, rede com sede em Patos de Minas (MG) e oito unidades espa-

“
A Agro
Amazônia não
é só produto
e assistência
técnica.
É também
dar um
direcionamento
de negócio para
os produtores,
clientes e
parceiros”.


Adriano de Paula Araújo,
Diretor Financeiro e ESG da
Agro Amazônia

lhadas pelo Estado. “É uma distribuidora que cresceu a passos largos, com uma história linda de vida, misturadora, linha de produtos bem focada, cuidado máximo com a matéria prima. Adotamos um novo Cerrado, adicionando a soja, o milho e algodão novas culturas, como café, hortaliças, batata e frutas. Decidimos redesenhar essa estrutura, para aumentar a capacidade e seguir investindo. E desejamos replicar o modelo em outras regiões do Brasil”, conta

Edmarcio Silva, Vice-Presidente de Marketing. “Pretendemos prosperar juntos, implementar nosso conhecimento do negócio. Em Minas, temos os grãos maravilhosos. E muito mais. Café, hortifruti, diversificação, trigo, sorgo, batata, morango, repolho, cebola, alho. É uma investida diferente. Sem falar na fábrica de fertilizantes. É bastante valor, colaboração, DNA parecido, conjugação de valores”, acrescenta Ebenilson dos Santos, o ‘Ebê’, Vice-Presidente Executivo responsável pela Integração Agro Amazônia e Nativa.

E a postura territorial deve permanecer para atingir regiões onde a Agro Ama-

zônia não atua, como o Sul e Sudeste, completando doze estados até 2026. Sem falar na estação experimental de 52 hectares em Minas Gerais, usada para treinamento de equipe e realização de dias de campo, que pode expandir para outras áreas, exigindo a contratação de mais oitenta pessoas. “Todos os dias, trabalhamos administrativamente com documentação, estoque, faturamento, caixa. E, lá no campo, em nossos espaços e na fazenda dos clientes. Tudo para facilitar a vida dos nossos técnicos de campo e tornar a operação do cliente simples e fácil, para ele se organizar na rotina dele”, garante Marcelo Cassiolato, Vice-Pre-

sidente Comercial. “Queremos ser um distribuidor raiz, 4.0. Temos clareza do nosso papel, sem perder a essência, de qualidade, competência e preparada para crescer mais, trazendo para o momento evolução e melhoria na distribuição. Explorar bem o mercado e comunicar que somos uma empresa que pensa no longo e médio prazo. Somos confiáveis, entregaremos o que foi transacionado, ajudando o produtor em todos os momentos”, garante Edmarcio Lopes da Silva. “Nossa cultura é a do ‘É pra Já!’. Entregar ao cliente. No agro, não dá para parar. É entrega e atendimento imediatos”, conclui Roberto Motta. 



“

Construímos um status sólido de confiança em quarenta anos. E permanecemos atrás de pessoas certas para os lugares corretos”.

Marcelo Cassiolato,
Vice-Presidente Comercial da Agro Amazônia

“

A energia que roda aqui dentro é de arrepiar. Todo mundo dando sangue todo dia para entregar ao produtor”.

Edmarcio Lopes da Silva,
Vice-Presidente de Marketing da Agro Amazônia



“

O Agro vai crescer. Não tem lugar para pessimismo. E nós vamos crescer porque o Brasil e o Agro vão crescer”.

Ebenilson dos Santos,
Vice-Presidente Executivo (reponsável pela integração Agro Amazônia e Nativa)



AGRO AMAZÔNIA LINHA DO TEMPO

1983

Nasce a Agro Amazônia.

2015

Sumitomo Corporation adquire 65% de participação na distribuidora.

2018

Sumitomo Corporation adquire os 35% restantes da participação.

2020

chega a 42 lojas em sete estados.

2021

Lançamento da marca Dagma (marca própria de sementes de soja).

2022

Aquisição da Nativa Agronegócios.

2023

Chega a 63 lojas em nove estados.



Filial em Goiânia (GO).

MARCAS PRÓPRIAS

Agrícola



Pecuária/Saúde Animal



Tecnologias



Loja em Paranatinga (MT).



Loja em Rio Verde (GO).



É com raízes fortes, como a nossa parceria, que o agronegócio cresce.

Vários anos de sucesso definem a união da Belgo com a Agro Amazônia: um trabalho para servir aos homens e mulheres do campo com soluções seguras, sustentáveis e de qualidade.





- # Nasceu em Ribeirão Preto (SP) | 58 anos
- # Engenheiro Agrônomo | ESALQ – USP (1986)
- # Especialização em Administração e Marketing | Fundação Getúlio Vargas
- # Advanced Management Program, Gestão de Negócios | ISE | IESE Business School em SP e Barcelona (Espanha)

Roberto Motta, Presidente/CEO da Agro Amazônia

“A tarefa é atender o cliente imediatamente. No Agro, não dá para parar”

O ribeirão-pretano Roberto Motta é um dínamo. Por onde passa, exibe a postura ereta, o sorriso aberto, a voz forte e os olhos irrequietos. Marcas que imprimiram um traço vigoroso na história da Distribuidora que o recebeu em agosto de 1995. O Agrônomo ‘esalquiano’ chegou a Cuiabá em uma época que o Agronegócio ensaiava uma revolução produtiva, mas ainda haviam dúvidas. Três décadas depois, o executivo e a corporação podem inflar o peito e festejar um sucesso total. “Alcançamos 63 filiais, crescendo bastante, chegando a nove estados, comprando distribuidores reconhecidos como a Nativa e mantendo uma equipe com mais de 1.300 colaboradores”, afirma com orgulho.

O cenário já havia sido imaginado pelo executivo há dois anos, quando a Agro Amazônia estampou a capa da Revista AgroRevenda. Mesmo vislumbrado em meio a uma pandemia que colocou em cheque a produção agrícola e o transporte mundial de mercadorias, alimentos, grãos e insumos, ele acertou na mosca. E dobra a aposta. Fala animado sobre abertura de novas filiais, contratação de mais funcionários, fábrica de fertilizantes, beneficiamento de sementes, ampliação da estação experimental, faturamento crescente. “Contamos com o apoio importante da Sumitomo Corporation. E vamos investir bastante. Sem abrir mão de termos estoque em todas as lojas,

produto para pronta entrega a todos os clientes. Nossa cultura é o ‘é pra já’. Entregar. No Agro, não dá para parar. É entrega e atendimento imediato”, dispara. Confira.

AgroRevenda - Qual sua avaliação do trabalho da Agro Amazônia ao lado da Sumitomo nestes oito anos?

Roberto Motta - É uma parceria que deu certo. A Sumitomo respeitou muito a Agro Amazônia, desde o início. Ela avaliou 14 distribuidores do Brasil e só depois escolheu a gente. Foi porque gostaram do nosso modo de agir, nossa filosofia, nosso Código de Conduta, nossos princípios, a maioria dos nossos processos. E mantiveram tudo isso. Incorporando novos investimentos, trazendo benefícios para nossa engrenagem, parte financeira, gestão de riscos, compliance, alguns controles internos. Identificamos pontos de melhoria e avançamos juntos. Tanto que



A meta é aumentar a área de atuação, o número de clientes, ajudá-los a ter rentabilidade e lucratividade com sustentabilidade, crescer nossa participação junto a eles e com o mercado”.

os clientes nem perceberam nada, pois o ritmo permaneceu em dar atenção, assistência, as filiais atuando, a abordagem dos serviços, as vendas de produtos de qualidade. O funcionamento permaneceu o mesmo e a Sumitomo só agregou. E ainda contribuíram com a capitalização da empresa e sistemas internos mais estruturados. Hoje, posso dizer que a Agro Amazônia é uma empresa melhorada. Não houve mudanças bruscas. E ainda contratamos mais pessoas, abrimos filiais, enfim, melhoramos bastante.

AgroRevenda - E os próximos 40 anos, ir para onde?

Roberto Motta - Queremos ser o melhor e o maior distribuidor de insumos agropecuários do Brasil. Evoluir, abrir até nove filiais por ano, obter crescimento orgânico. Devemos adquirir alguma empresa, provavelmente no Sul do país, avançando para novas regi-

ões. E aumentar consideravelmente a nossa estrutura. Estamos construindo um centro de distribuição climatizado de 13.500 m² para armazenagem de sementes e defensivos agrícolas em Cuiabá. Além de uma Indústria de Beneficiamento de Sementes em Patos de Minas (MG). Uma indústria grande. Também queremos ter silos para armazenagem de grãos e, no futuro, mais fábricas como a unidade de fertilizantes da Nativa, em Ibiá (MG), instaladas em outras localidades do Brasil. Sem falar na estação experimental para treinamento de equipe e realização de dias de campo, que pensamos em expandir para outras regiões. Enfim, pretendemos adquirir ainda mais suporte e atender melhor os clientes. Aumentando as vendas de fertilizantes, produtos para nutrição de plantas, defensivos agrícolas, sementes, portfólio completo de pecuária. Tudo com alta qualidade e muita assistência, serviços inovadores, agricultura e pecuária de precisão, digital farm. Aumentar a área de atuação, o número de clientes, ajudá-los a ter rentabilidade e lucratividade com sustentabilidade, crescer nossa participa-

ção junto a eles e nossa participação de mercado.

AgroRevenda - E a revenda 'ponto a ponto'?

Roberto Motta - Não vamos abrir mão de ter estoque nas filiais. Nas 64 unidades. Pronta entrega aos clientes. É uma vantagem competitiva nossa. Queremos estar ao lado do agricultor e do pecuarista, oferecendo produtos no dia em que ele precisa. Não dá para esperar. As pragas não esperam. O produto é para hoje. Resolver o problema imediatamente.

AgroRevenda - Como você encara um dos principais problemas vividos pelo setor: a mão de obra?

Roberto Motta - Está plenamente no nosso radar. E obter resultados para tantos planos vai exigir uma boa equipe, atrair, reter e desenvolver talentos. E as pessoas são o nosso foco. Ter um ambiente legal de trabalho, ético, transparente, justo, de respeito, sem discriminação. Motivar e recompensar todos. Queremos uma equipe engajada, com energia, para ajudar a gente

a crescer. Nunca seremos melhores se não tivermos pessoas.

AgroRevenda - É o 'século das pessoas'?

Roberto Motta - Costumo dizer que, no século 19, as empresas contratavam pernas e braços. Era a época da força. Depois, as corporações passaram a procurar bons cérebros. Agora, o que se procura é o coração. Os colaboradores precisam ser apaixonados pela Agro Amazônia, pelo agronegócio, pelo cliente. A saúde emocional hoje é muito importante para todos os seres humanos. Ninguém permanece num trabalho com um ambiente ruim, mesmo que tenha um bom salário e vários benefícios. Procuramos ter esse ambiente para todos ficarem dispostos e desempenharem bem.

AgroRevenda - É, também, a era de saltos gigantescos nas colheitas das safras?

Roberto Motta - O Agro sempre vive altos e baixos. E 2023 não está sendo um bom ano de preços para grãos e carnes. Mas, quando falamos em produtividade, estamos cada vez melhores. Com tecnologia, agricultura



Loja da Agro Amazônia em Primavera do Leste (MT).



O líder tem que engajar e inspirar. E estar atento aos momentos simbólicos. O tempo passa e o tempo atual é o do coração. Acredito nos jovens. Trabalhos para inspirar, engajar e motivar”.

de precisão, maquinários modernos, insumos melhores e a capacidade do produtor. Tudo aliado aos serviços de distribuidores como nós, o avanço vai permanecer. Tudo bem que tem o mercado, com as suas oscilações, mas o caminho é de mais e mais. Tanto que estamos contratando mais oitenta pessoas, queremos chegar a doze estados até 2026. Continuar crescendo, adquirindo mais distribuidores. Acreditamos muito no negócio. O mundo tem duzentas mil pessoas nascendo por dia. E todas elas precisam comer. E poucos países têm a nossa estrutura para produzir em termos de solo, clima, tecnologia, empreendedorismo rural, topografia. Seremos cada vez mais fortes. E a Agro Amazônia e a Sumitomo também. Por isso temos um time de mais de 400 engenheiros agrônomos. Visitando os produtores, conhecendo os valores, os negócios, os problemas e as dores deles. Ajudando no sucesso deles. Ser uma empresa raiz e com muita tecnologia, muitas ferramentas e estrutura física e intelectual a serviço do Agro.

AgroRevenda - Como a Distribuição deve encarar o futuro?

Roberto Motta - Muita coisa vai mudar. Sem parar. Porém, nosso negócio é de faturamento e risco altos, com margem baixa. O que exige excelente gestão. Ferramentas e controle para obtermos bons resultados. Tudo embasado em pessoas. Suportadas por tecnologias e processos. Sob o manto de todos os nossos valores, que compõe a filosofia da Agro Amazônia, temos também oito atributos de nossa cultura corporativa. E regido pela excelência: quem engole os lentos não são os grandes. São os mais ágeis.

AgroRevenda - Desde Ribeirão Preto e Piracicaba, você permanece acreditando na Distribuição?


Roberto Motta - Sempre acreditei. Por isso estou aqui até hoje e vou permanecer por muito tempo. Não é fácil uma empresa fazer quarenta anos, nascendo em Mato Grosso. É um Estado ainda muito novo, apesar de despontar em algodão, carnes e soja. Enfrentamos dificuldades, mas contribuimos com o

crescimento em vários estados. Levando tecnologia. Sempre.

AgroRevenda - E qual o papel do líder nessa caminhada?

Roberto Motta - O líder tem que engajar e inspirar. E estar atento aos momentos simbólicos. O tempo passa e o tempo atual é o do coração. Acredito nos jovens. Trabalhos para inspirar, engajar e motivar. E precisamos estar cada vez mais entusiasmados para trabalhar, estudar, crescer, desenvolver e encantar os nossos clientes.

AgroRevenda - O que a Agro Amazônia vai fazer?

Roberto Motta - Crescemos muito nos últimos quarenta anos e agora vivemos uma nova fase, ao lado da Sumitomo. Contribuindo para o desenvolvimento do agronegócio em todas as regiões onde a gente atua. Ao lado de grandes parceiros, que oferecem tecnologias para colocarmos em prática as estratégias deles no campo, ao lado das nossas, agregando valor com serviços e atendimento de qualidade. 


40 ANOS DA AGRO AMAZÔNIA, O NOSSO CLIENTE NÚMERO 1.

A Nortox celebra o início de tudo com o orgulho de continuar nesta grande história.



 nortox.com.br

 [/nortoxbrasil](https://www.facebook.com/nortoxbrasil)

 [@nortoxsa](https://twitter.com/nortoxsa)

 [/nortox-sa](https://www.linkedin.com/company/nortox-sa)



Em 1993, tive a felicidade de participar pessoalmente do décimo aniversário da Agro Amazônia. Testemunhei a paixão da equipe pelo agro, o início da sua expansão e a excelência de seus serviços. Desde então, seu crescimento foi notável. Um crescimento que se entrelaçou com a história da Nortox, cuja equipe de campo vem apoiando continuamente os projetos de expansão da Agro Amazônia. Exemplo disso é nosso apoio 100% ao AGD da Agro Amazônia.

Três décadas depois, é com muita alegria que saudamos os 40 anos dessa gigante. Longa vida à Agro Amazônia, cliente número um da Nortox e parceira número um do agronegócio brasileiro na distribuição de insumos.



João Marcos Ferrari

Diretor Comercial da Nortox



Parabéns, Agro Amazônia.
A Nortox agradece pela parceria enraizada na confiança.





- # Nasceu em Fukuoka (Japão) | 35 anos
- # Graduado em Economia e Ciência Política
- # Chegou ao Brasil em janeiro de 2023
- # Treze anos atuando na Sumitomo Corporation
- # Empresa possui 35 subsidiárias na Ásia, América e Europa
- # Mantém 22% de participação acionária na IHARA Brasil

Kohei Ohkubo, Diretor de Planejamento da Agro Amazônia

“Estamos motivados e engajados. A Agro Amazônia é muito importante para a Sumitomo”

O Economista e Cientista Político Kohei Ohkubo tem apenas 35 anos de idade, mas conhece como poucos o mercado e a distribuição internacional de agroquímicos. São mais de treze anos de Sumitomo Corporation, tratando de exportação de produtos e negócios envolvendo Canadá, México, Estados Unidos, Caribe, Argentina, Colômbia, Equador, Peru, Paraguai, Espanha, Romênia e Vietnã. Morou no México, ajudou na abertura de uma nova empresa do Grupo e mergulhou na mistura e no fornecimento de insumos para as revendas daquele país e no entorno.

Trabalhou na área de análise de riscos de novos negócios e operações da Sumitomo no planeta todo. Administração do portfólio em nível mundial, depois da criação de um comitê estratégico para criar estratégias de atuação internacional para as empresas Sumitomo. “Iniciamos os investimentos na Agro Amazônia em 2015. E é nossa prática de gestão enviar profissionais aos países parceiros para criar pontes de representação. A Sumitomo tem presença no agro do Brasil há algum tempo. Mas queremos ampliar os negócios no país pelo potencial de crescimento que ele demonstra. E a Agro Amazônia representa um avanço importante em nossa estratégia. Temos uma cultura muito parecida. E

isso foi fundamental para a decisão de nosso investimento”, resume Kohei Ohkubo.

AgroRevenda - Qual a sua visão sobre a importância da Distribuição de insumos no Brasil?

Kohei Ohkubo - A Sumitomo atua na exportação de agroquímicos desde os anos 1960 e 1970. Nos anos 1990, começamos a abrir unidades em outros países. Depois dos anos 2010, resolvemos estender nossa cadeia de valor para acessar mais o cliente final, o produtor rural. E começamos a procurar oportunidades. Iniciamos na Romênia, com um distribuidor de sementes e insumos. Pensamos que a distribuição é

muito importante para as cadeias em várias partes do mundo. E podemos contribuir nesse trabalho. Avançando em outras regiões do planeta. Foi assim que chegamos à Agro Amazônia.

AgroRevenda - E o futuro?

Kohei Ohkubo - Depois da Agro Amazônia, fizemos um investimento em um distribuidor na Ucrânia. Que, mesmo diante da guerra, segue atuando ao lado dos produtores, atendendo no que eles necessitam. Distribuição é muito importante para a segurança alimentar mundial. A gente acredita que podemos agregar valor a empresas em vários continentes. E queremos investir mais. No Brasil, há muitas oportuni-



Distribuição é muito importante para a segurança alimentar mundial. A gente acredita que podemos agregar valor a empresas em vários continentes. E queremos investir mais. No Brasil, há muitas oportunidades para crescer”.



dades para crescer. Ampliar a área de produção e a produtividade. Podemos fazer isso junto do produtor. O agronegócio é área vital na nossa corporação. Para o Japão, o Brasil e o mundo todo.

AgroRevenda - E o crescimento do negócio caminha para onde?

Kohei Ohkubo - São vários desafios. Os produtos biológicos serão ainda mais importantes do que são hoje. É uma

AGRO AMAZÔNIA

- # Fundada há 40 anos | em Cuiabá (MT) | Subsidiária da Sumitomo Corporation
- # 63 filiais em nove estados: Mato Grosso, Goiás, Tocantins, Pará, Rondônia, Mato Grosso do Sul, Maranhão, Acre e Minas Gerais
- # Mais de 30 mil clientes
- # Faturamento previsto para 2023: R\$ 6 bilhões
- # Prêmio 1.000 maiores empresas do Brasil do pelo Ranking Valor 1.000 do Jornal Valor Econômico 2023 com destaque também na categoria agronegócios
- # Campeã do Prêmio Melhor Empresa do Agronegócio brasileiro na categoria atacado e varejo, Anuário Globo Rural 2022
- # Prêmio 100 maiores empresas do Agronegócio brasileiro pela revista Forbes 2022

Prêmio Great Place to Work 2023 Revista Época Negócios 150 Melhores Empresas do Brasil para Trabalhar:

- # 51ª posição na categoria grandes empresas 2023 com 1.000 até 9.999 colaboradores.
- # 4ª posição multinacionais do Centro Oeste 2023 com 100 até 999 colaboradores.
- # 7ª posição multinacionais do Agronegócio 2023 com 100 até 999 colaboradores.
- # 23ª posição multinacionais 2022 com 100 até 999 colaboradores
- # Destaque categoria inédita em Saúde Emocional 2022 multinacionais com 100 até 999 colaboradores



Existe uma expressão inglesa que traduz o preceito maior da Sumitomo. *‘O benefício para si mesmo e para os outros, os interesses privados e públicos são únicos e mesmos’*. Começar um negócio é diferente em cada país, mas a essência necessita ser a mesma. Criar uma relação onde todos ganham”.

área em que pensamos investir mais. Atuar com Agricultura de Precisão é outro fator muito importante. E oferecer ainda mais assistência, consultoria, opções digitais e soluções diferenciadas e inovadoras em sementes e fertilizantes. Ajudando na eficiência do empreendedor rural.


AgroRevenda - Você tem uma experiência internacional muito profunda. Como vê o perfil do produtor rural brasileiro?

Kohei Ohkubo - Eu tenho pouco tempo no Brasil, mas já pude notar que o agricultor daqui tem a mente muito aberta para aceitar ofertas novas, tecnologias que chegam. O brasileiro é muito diferente do japonês, do americano, do europeu. Para ele, o relacionamento é muito importante e tem alto significado. E o bom é que um dos valores perpetuados pela Agro Amazônia é justamente este. E nossa intenção é reforçar ainda mais essa interação. Fornecer segurança financeira, levar mais parcerias e firmarmos ações plenas no Campo.

AgroRevenda - Qual a razão maior da Sumitomo e da Agro Amazônia?

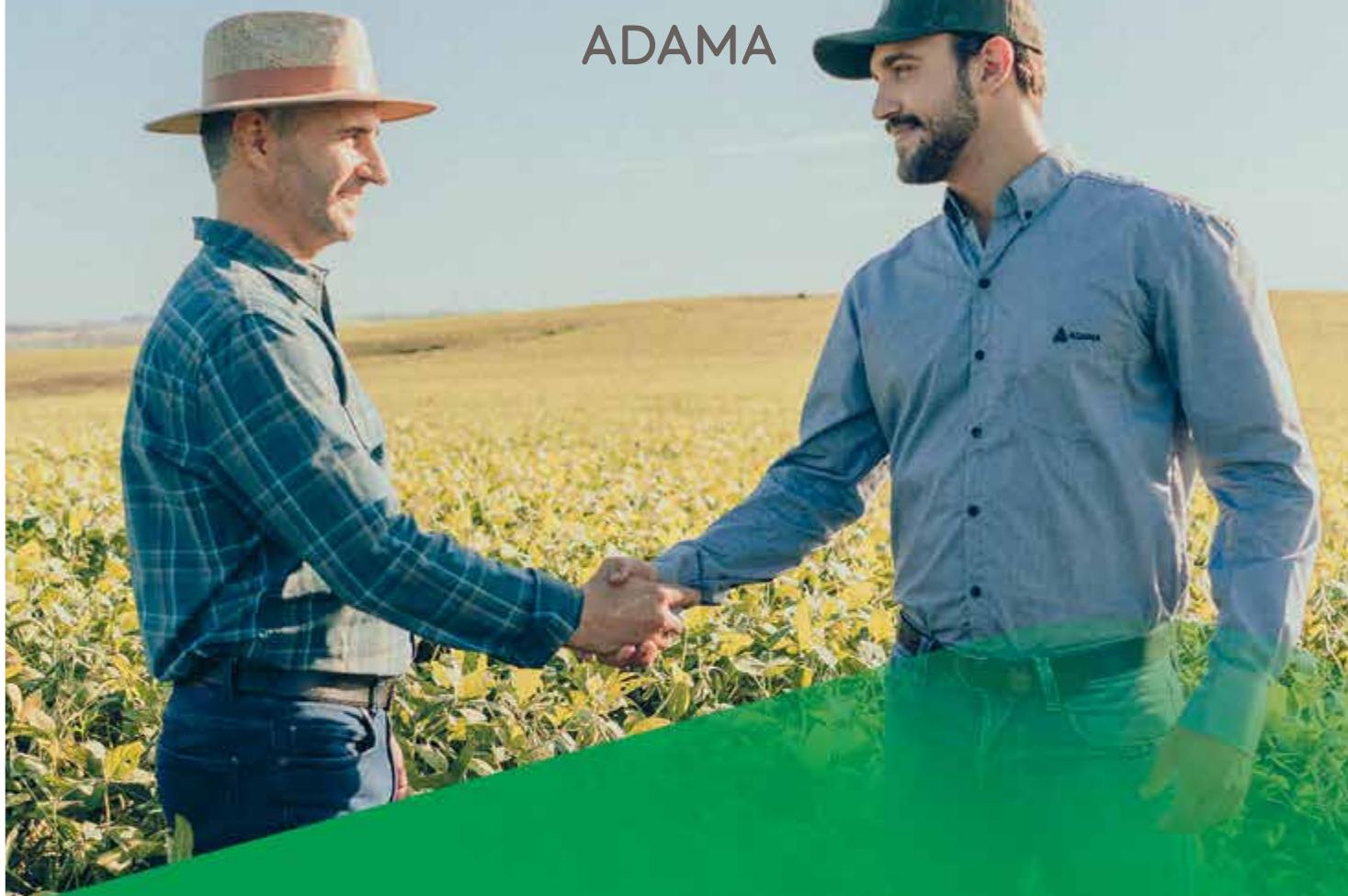
Kohei Ohkubo - Existe uma expressão inglesa que traduz o preceito maior da Sumitomo. ‘O benefício para si mesmo e para os outros, os interesses privados e públicos são únicos e mesmos’. Começar um negócio é diferente em cada país, mas a essência necessita ser a mesma. Criar uma relação onde todos ganham. Temos que obter lucro, sermos corretos, contribuir para os clientes, o meio ambiente, à sociedade. É uma filosofia que dividimos com a Agro Amazônia para crescermos e agregar valor para todos. Gerar benefício para todos.

AgroRevenda - O futuro é promissor?

Kohei Ohkubo - Estamos motivados e engajados. A Agro Amazônia é muito importante para a Sumitomo. E tenho certeza de que vamos crescer ainda mais. Sendo o maior e melhor distribuidor de insumos agrícolas e pecuários do Brasil. 



ADAMA



Escutar o agricultor, **Entender** suas dores e necessidades e **Entregar** soluções que trazem simplicidade para o campo.

Esse é o nosso compromisso. E ele só é possível quando contamos com parceiros que compartilham a mesma paixão e dedicação pela agricultura.

Parabéns, Agro Amazônia, pelos 40 anos promovendo o desenvolvimento do agronegócio nacional.

Listen • Learn • Deliver

ADAMA.COM

MicroEssentials[®]



PARABÉNS,
AGRO AMAZÔNIA.

40 ANOS MOVIDOS
PELO DESAFIO DE FAZER
O NOSSO AGRO VOAR
CADA VEZ MAIS ALTO.



UMA HOMENAGEM DA MOSAIC FERTILIZANTES.

A Mosaic Fertilizantes tem orgulho em ser parceira da Agro Amazônia. Juntas, levamos as melhores soluções ao campo, promovendo o desenvolvimento sustentável do nosso agronegócio para beneficiar os resultados do seu maior protagonista: o produtor.



AGRO AMAZÔNIA





- # Nasceu em Umuarama (PR) | 49 anos
- # Engenheiro Agrônomo | Universidade Estadual de Maringá (UEM)
- # 25 anos de atuação na Corteva
- # Experiência no mercado internacional

Edmarcio Lopes da Silva, Vice-Presidente de Marketing da Agro Amazônia

“A gente se empolga com o tamanho da oportunidade da Agro Amazônia”

Ele é um paranaense irrequeto ‘pra danar’. Filho de pais que nasceram no sítio e foram para o comércio no Noroeste do Estado, saiu cedo de casa para estudar e jogar vôlei num dos times mais conceituados do Brasil nos anos 1990, o Cocamar. Deixou a quadra, trabalhou rapidamente em revenda e se tornou Representante Técnico de Vendas da multinacional Dow, em Dourados e Chapadão do Sul (MS). Uma jornada intensa estava apenas começando. Abraçou Projetos Estratégicos em fábricas de sementes, recursos humanos, melhoria de tecnologia de processos. Área comercial, suprimentos, logística. Passou por Ribeirão Preto (SP) e depois São Paulo, com agroquímicos, sementes, gerente de fungicidas, lançou dois herbicidas de trigo como Marketing, voltou para a área comercial, tornou-se Líder Brasil de Vendas para cana-de-açúcar. Em abril de 2012, foi cuidar de pastagens, em Mato Grosso, a única atividade que não conhecia e ponto nevrálgico para a Dow. “Nesse caminho, fui participar de alguns projetos nos Estados Unidos, em Suply Chain. Indo e voltando a cada três meses porque estava com filho pequeno no Brasil. No total, foram quatro trabalhos, nas áreas de Suprimentos, Recursos Humanos e dois em Comercial”, conta Edmarcio.

Voltou ao Brasil, quando a Dow mantinha três áreas estratégicas: Sementes, Pastagem e Agroquímicos. Assumiu a

então recém-criada Direção Regional de Vendas. Em 2019, nasceu a Corteva e Edmarcio passou a pilotar a Vice-Presidência Comercial, depois Liderança de Commodity e Barter, acumulando com Inteligência e Acesso ao Mercado. Foi quando chegou o momento de trocar a Indústria pela Distribuição. Abril de 2022. Uma boa aposta?

AgroRevenda - Como foi entrar na Distribuição?

Edmarcio Lopes da Silva - Foi a decisão mais acertada e feliz da minha carreira. Sempre tive curiosidade pelo setor e as oportunidades que ele representa. Eu já conhecia essa trajetória por uma convivência de onze anos. Acompanhei a evolução e a história da companhia, principalmente depois da chegada da Sumitomo Corporation. Chegar aqui é uma somatória de aprendizados. E ajudar a todos com tudo o que tinha na minha cabeça. Nas minhas conversas com o Roberto, antes de eu chegar, falávamos sobre as estratégias de crescimento e transformação da empresa. E percebi que não conseguiria fazer em outros lugares o que poderia fazer aqui. São inúmeros projetos, várias oportunidades de desenvolvimento pessoal e profissional.

AgroRevenda - E como é esse momento da Agro Amazônia?

Edmarcio Lopes da Silva - É muito positivo. São 40 anos, uma companhia rara

com uma atividade tão longa. Só isso já é um grande feito. E queremos ser Distribuidor Raiz, 4.0. Temos clareza do nosso papel como distribuidor, mas sem perder a essência, de qualidade, competência e preparada para crescer mais, trazendo para o momento evolução e melhoria na distribuição. Explorar bem o mercado e comunicar que somos uma empresa que pensa no longo e médio prazo, somos confiáveis, entregaremos o que foi transacionado, ajudando o produtor em todos os momentos. O Agro teve um ano complicado em 2023, mas a Agro Amazônia está preparada para isso. Apresenta uma relação de longo prazo, que já tem 40 anos, e hoje performa com clientes de terceira geração. E vamos muito mais além.

AgroRevenda - Você chegou à empresa em abril de 2022, bem no meio da turbulência depois da pandemia e da guerra Rússia – Ucrânia. Como foram esses quase vinte meses?

Edmarcio Lopes da Silva - Minha vivência de Agro Amazônia realmente foi muito intensa. Com pandemia, inflação global, guerra, disparada dos preços dos fertilizantes. Com elevação dos custos para toda a cadeia. Essa transformação de cenário foi difícil de manejar. E a intensidade foi enorme assim como a rapidez com que passou. Mas a capacidade e estrutura que a empresa apresenta de estar preparada financeiramente para essas situações e antever os problemas foi maior. Ajudamos as lideranças a to-

mar as melhores medidas imediatamente. E, cada vez mais, o distribuidor que não é ágil vai ter problemas. E mantendo a simplicidade. Logo, os resultados foram muito bons. Tanto que no fim do primeiro trimestre deste ano já entregamos o melhor resultado econômico mundial da empresa no segmento.

AgroRevenda - E uma safra de verão espetacular?

Edmarcio Lopes da Silva - Sim. Porque o produtor brasileiro é um grande empresário e produz muito bem. O clima ajudou em 2022 – 2023, mas ele tem sido um incansável buscador de novas tecnologias. Já entendeu que investir é um caminho sem volta e tornou-se um empreendedor pleno. Inclusive na comparação com outros países.

AgroRevenda - Qual o desafio que mais o marcou no encontro de distribuidores da Andav deste ano?

Edmarcio Lopes da Silva - Que o produto precisa chegar ao produtor no momento correto. Para quando ele planejou. Assim, estaremos fazendo o certo. Ouvimos bastante o lavrador e pecuarista nas nossas campanhas e ouvimos essa demanda deles. E a permanente difusão de tecnologia. Ter o melhor portfólio, as melhores soluções em produtos e serviços, grandes companhias fornecedoras, levar o melhor, com equipe preparada e parceira. E sacramentar que somos financiadores dos clientes. Temos que trabalhar bem para entregar segurança. Com gestão econômica muito bem feita. Precisamos ser muito assertivos. E esta é outra de nossas fortalezas.

AgroRevenda - Difundir novas tecnologias também?

Edmarcio Lopes da Silva - Na verdade, é um conjunto de ações bem consistente. Já somos um dos principais ofertadores de sementes de soja, com muita qualidade. Com a marca Dagma. Com

apenas dois anos, vamos para 500 mil sacas, variedades líderes de mercado e altíssima produtividade. Por isso estamos investindo em uma unidade de produção de sementes de soja. Para passar a semente colhida junto aos nossos cooperados pelo melhor processo de beneficiamento e controle de qualidade. O terreno já foi comprado, terraplanagem feita e, na safra 2025, grande parte do volume de nossas sementes de soja vão passar pela unidade novinha em folha. Modernidade pura.

Na área de fertilizantes, vimos algo a mais para nosso negócio. Contamos agora com a Nativa, companhia que cresceu a passos largos, uma história linda de vida. Com uma misturadora, linha de produtos bem focada para aquela região, cuidado máximo com a matéria prima. Hoje, estamos no Cerrado. Isto é, soja, milho e algodão, mas começamos a trazer novas culturas, como café, hortaliças e frutas. Decidimos redesenhar essa estrutura, para aumentar a capacidade e seguir investindo. Replicando o modelo em outras regiões do Brasil.

E estamos colocando em pé uma área de inteligência e acesso de mercado. Vamos abrir novas filiais, é um dos pilares para crescermos e ganhar mais hectares. E nas filiais existentes crescermos verticalmente. Para explorar áreas que a gente não está atingindo atualmente. E também para resolver um dilema do homem do campo que é o excesso de tecnologias. Em equipamentos, meteorologia, crédito, biológicos, pulverização. Isso é bom, mas o produtor tem dificuldades com tantas soluções diferentes, em aplicativos diferentes. Como a Sumitomo investe no Vale do Silício, na Califórnia, conseguimos trazer um consolidador de aplicativos. Um único lugar para as tecnologias. Uma ferramenta fabulosa, muito diferente do que

existe no mercado. O nosso aplicativo IBI permite ter vários players num único lugar e ali o produtor faz a sua escolha. E outra qualidade. Acompanhar posições financeiras, controle de compras, agendamento de visitas e entregas, conexão comercial com a equipe Agro Amazônia. Uma ferramenta fantástica. E estamos só no início. Commodity, barter on-line, controles, incorporando vários outros serviços na mesma ferramenta. Tudo isso aqui dentro, facilitando a vida do produtor.

AgroRevenda - E a Agro Amazônia 2030?

Edmarcio Lopes da Silva - A gente se empolga com o tamanho da oportunidade que a Agro Amazônia tem. A maneira como ela se posiciona para servir o produtor. A energia que roda aqui dentro é de arrepiar. Todo mundo dando sangue todo dia para entregar ao produtor. São laços muito fortes e não tem como recuarmos. Só seguir em frente e de forma acelerada. São projetos em cima de projetos, trazendo carga de trabalho forte, mas com a certeza de que o nosso futuro será brilhante. Vem muito mais por aí. Afinal, temos mais de 30 mil clientes. Estamos preparando a digitalização da empresa inteira para a era da inteligência artificial, para competir no mercado e servir melhor os clientes. Buscando novas parcerias em trading, barter, logística e armazenagem. Imagine uma distribuidora com capacidade de semente de soja, tecnologia, produção própria de fertilizantes e ao lado de parceiros, digitalização, melhorando a gestão da equipe comercial e ainda por cima tendo por trás uma corporação que nos apoia incondicionalmente. A Sumitomo está conosco porque cumprimos e nos transformamos na maior empresa global do agro da corporação. E seremos o maior e melhor distribuidor de insumos do Brasil. É onde a gente vai estar. Por mais dez, vinte, trinta anos e muito mais.

A GDM parabeniza
a Agro Amazônia pelos seus

40 ANOS

de dedicação e contribuição ao
crescimento do agronegócio
no Brasil.



AGRO AMAZÔNIA

A sua *melhor opção*





- # Nasceu em Dourados (MS) | 35 anos
- # Graduado em Administração de Empresas | UNIC – Universidade de Cuiabá
- # Experiência no mercado financeiro internacional | Inglaterra
- # 15 anos de atuação no Grupo Amaggi

Adriano de Paula Araújo, Diretor Financeiro e ESG da Agro Amazônia

“Uma equipe financeira forte, ao lado do produtor, certamente faz a diferença”

Ele é o profissional do quadro diretivo mais 'novo de casa'. Pisou na Agro Amazônia em agosto, mas levando quinze anos de mergulho profundo em soluções financeiras seguras para o segmento e experiência de negócios com inúmeros países da Europa e das Américas. Desde cedo, sonhava em trabalhar com Comércio Exterior, desejo que só cresceu quando saiu de Mato Grosso do Sul para concluir o Ensino Médio nos Estados Unidos. Começou a atuar cedo na Amaggi, foi estagiário na área de suprimentos, passou por compras, orçamento, tesouraria, captação de recursos, bancos. “Fui crescendo ao longo do tempo, em uma empresa que era referência da área, mudei para a Inglaterra, passei a tocar toda a parte financeira internacional. Holanda, Suíça, Noruega, Argentina, Paraguai, etc.”, lembra. Quando iniciou o segundo semestre deste ano, veio o convite para integrar o time da Distribuidora. E o desafio agradou de cara.

AgroRevenda - Qual a função primordial do Adriano e sua equipe?

Adriano de Paula Araújo - Minha principal tarefa aqui é desenvolver novas estruturas e como diferenciar a Agro Amazônia dos outros distribuidores. Aliás, eu estava abrindo uma empresa financeira para atender o produtor na minha última posição e imaginei poder emplacar aqui algo parecido, sermos diferente de outros revendedores.

AgroRevenda - Você está falando de Crédito?

Adriano de Paula Araújo - Não necessariamente. Crédito de curto prazo todo mundo dá. Mas e o de longo prazo? Para construir um armazém? Como fazer uma gestão financeira eficiente no agro? Estou em Mato Grosso há quinze anos e até hoje sinto uma carência grande em termos de gente que entende de finanças. Não falo de 'contas a pagar e receber' e sim engenharia financeira. Exposição cambial, commodities, taxas de juros. Poucas pessoas sabem disso com profundidade. E você pode ganhar ou perder. Os bons profissionais dessa área ficam em São Paulo e não querem ir para o centro Oeste. E o produtor acaba acumulando essa tarefa. Porém, mesmo sendo muito bom na fazenda, ele acaba ficando exposto, ganha e perde dinheiro, e, na minha opinião, uma gestão financeira ineficiente pode quebrar uma empresa muito facilmente.

AgroRevenda - Em que casos?

Adriano de Paula Araújo - Tanto em deixar exposto e o câmbio cair ou subir, dependendo da bolsa em que você estiver atuando, como pegar dinheiro do capital de giro para comprar uma terra, um novo ativo físico. O payback de uma terra é de mais de quinze anos. Então, você pega o dinheiro de uma safra e coloca numa fazenda adquirida, constrói um armazém. E aí? Veja, se você vai construir um armazém



O Agro é bom, mas é um negócio grande e requer muita responsabilidade na governança”.

precisa saber que o payback é de sete anos e vai exigir uma linha de crédito equivalente. Existe uma carência nessa postura em todas as partes do país. Quem tem hoje gestão na área são as grandes empresas.

AgroRevenda - E qual é a estratégia para atuar no Agro? O que é mais difícil?

Adriano de Paula Araújo - Se você é uma empresa competente, precisa de uma equipe boa, também competente. Na operação comercial, agrícola e de vendas. Gente eficiente, que tem regras para atuar bem no mercado, com hedge, gestão de endividamento, plataforma definida. Por exemplo, no Centro Oeste, existem produtores que sabem plantar, atuam nisso e estão certos. Mas quando miram a gestão financeira, costumam deixar com o filho ou alguém que lhe parece saber mais. É um dos motivos de você ver empresas boas, que produzem bem, entrando em RJ (Recuperação

Judicial) porque tomou decisões que não deveriam ter tomado.

AgroRevenda - Os distribuidores debateram muito neste ano a questão financeira como o pior problema enfrentado pelo setor. É possível tocar grandes negócios, com margens pequenas, diante de tamanho desafio?

Adriano de Paula Araújo - Realmente, parece que 'virou moda' a questão da RJ. Tem até escritórios de advocacia especializados em alguns estados. E a RJ é ruim para todo o Agronegócio, deixa todos os setores mais instáveis, preocupados, faz subir os juros. Tanto que houve grupos que entraram no Brasil, 'pegaram RJ' e paralisaram a operação no país. Isso é nocivo para o mercado como um todo.

AgroRevenda - E como crescer mais neste ambiente? E qual o papel da área financeira nesse sentido?

Adriano de Paula Araújo - O crescimento passa por um processo grande de governança, muito bem definido, gestão financeira e de crédito, fluxo de caixa, ter os recursos financeiros necessários na hora que precisa. Ter 'bancabilidade' alta para o capital, cuidar com carinho do emprego dos recursos do capital de giro, como ele é direcionado, e todas as exposições: moeda, barter, commodities quando se faz barter. E deixar a operação rodar. A área financeira é apoiadora de negócios.

AgroRevenda - O barter ainda existe? Mudou? Vai permanecer?

Adriano de Paula Araújo - Sim, vai. A troca de grãos por insumos pelo produtor. Com a relação de troca. E funciona bem porque a soja e o milho são a moeda do produtor. É a trava dele. É seguro para ele. Ele transfere o risco de grão e moeda para outra parte. E eu, como área financeira da distribuidora, tenho que ser eficiente para os riscos, com trava de

câmbio, commodity ou 'Back to Back', passando para uma trade.

AgroRevenda - E como atua um bom financeiro com a realidade atual, de novos investidores no agro? Como a Agro Amazônia vai surfar essa onda?

Adriano de Paula Araújo - O agronegócio é o motor do Brasil. Muitas vezes, tem uma dificuldade grande de recursos, mas atualmente a situação até melhorou, com o lançamento do Fiagro (Fundo de Investimento nas Cadeias Produtivas Agroindustriais), com uma série de emissão de CRA's (Certificado de Recebimento do Agronegócio) para pegar mercados do investidor para o produtor. É um modelo. O mercado ainda está aprendendo a lidar com ele.

AgroRevenda - Por quê?

Adriano de Paula Araújo - Um investidor pessoa física de um Fiagro almeja uma renda mensal, como um aluguel normal de um imóvel, por exemplo. Porém, o Agro não é assim. É como as safras acontecem. O Fiagro paga uma renda mensal, mas a cada semestre, por exemplo. Então, você precisa deixar claro o investimento do Fiagro para o investidor. Muitas vezes, ele acha que só tem uma safra, por exemplo. Não é um prédio que você está alugando. É uma fazenda que você está fomentando.

AgroRevenda - O modelo vai imperar?

Adriano de Paula Araújo - Sim, mas vai demorar mais um tempo até o mercado aprender e absorver. Aliás, ainda tivemos alguns problemas com algumas empresas do setor no início deste ano, o que deixa ainda mais dúvidas, mas vai vingar.

AgroRevenda - E os aportes financeiros que vão suportar o novo crescimento da Agro Amazônia, virão de onde?


Adriano de Paula Araújo - Como temos um importante apoio da Sumitomo

Corporation, mantemos um relacionamento sólido com vários bancos. É um limite de crédito definido para a empresa, que vem de capital de giro de banco e da própria Sumitomo. Lucros acumulados que vão garantir a operação rodando.

AgroRevenda - E qual a postura do produtor rural diante desse 'novo mundo financeiro'?

Adriano de Paula Araújo - Meu sentimento é de que o produtor brasileiro ainda toma o recurso de quem oferece para ele. O lavrador e o pecuarista não têm o trabalho proativo de estruturar alguma plataforma, acessar o mercado, posicionar-se indo atrás dos investidores. E não o inverso. Eles devem conhecer todos os recursos, avaliar o melhor e decidir. E o ideal é que a equipe financeira faça isso. O produtor não consegue focar na energia necessária. E há essa carência para montar um time estruturado. Neste cenário, o ideal é buscar alguém pronto e esse profissional vai formar outros colaboradores. Eu mesmo sou fruto de quinze anos de aperfeiçoamento. E digo que vou transferir tudo para a nossa equipe. Porque tenho uma convicção: uma equipe financeira forte com o produtor faz a diferença e se paga. Com certeza. E a ideia é dar um suporte para os produtores clientes. Afinal, a Agro Amazônia não é só produto e assistência técnica de plantio. É, também, dar um direcionamento de negócio para eles.

AgroRevenda - Afinal, o que é Governança no Agronegócio?

Adriano de Paula Araújo - Governança é ter todas as regras do jogo muito claras. Metas, estratégias, quem é o sucessor, o que todos devem fazer, a parte financeira, o comitê de decisão, definir todas as políticas. O Agro é bom, mas é um negócio grande e requer muita responsabilidade na governança. 

OMEX

- 🌿 Nematicida natural
- 🌿 Produto importado
- 🌿 Ação rápida e eficaz
- 🌿 Combate os nematoides em todas as fases
(*ovos, juvenis e adultos de diversas espécies*)
- 🌿 Sinergia de mistura com
agroquímicos e inoculantes



A **OMEX** desde 2009 traz soluções com tecnologia exclusiva importada para o campo.

Com produtos de alta qualidade, há 14 anos trabalhando em conjunto com a **Agro Amazônia** para abrir novos caminhos e oportunidades.



Marcelo Santos
Diretor OMEX Brasil

Desde 2009 a equipe da Agro Amazônia nos incentiva a ser melhores. Relacionamento e confiança são as bases. A Agro Amazônia é nosso distribuidor, pois acreditamos no trabalho e dedicação de toda equipe. Agradeço a todos que participam desta história de sucesso, OMEX e Agro Amazônia."



Juliano Ribeiro
Gerente Regional Cerrado
OMEX Brasil

Há 14 anos trabalhando com a OMEX em parceria com a Agro Amazônia, sempre com o objetivo de crescer juntos com transparência, confiança e seriedade."

@omexbrasil

Conheça os nossos produtos:
omex.com.br



AGRO AMAZÔNIA





Nasceu em Ourinhos (SP) | 45 anos

Engenheiro Agrônomo | Universidade Estadual de Londrina

Mestrado e Doutorado em Solos na ESALQ - USP

Agro Amazônia: primeiro emprego até hoje

Foi Consultor Técnico de Vendas em Campo Novo do Parecis.

Gerente Comercial nas cidades: Sinop, Sorriso, Primavera do Leste e

Campo Verde; Gerente de Negócios; Gerente Geral Regional;

Diretor Comercial.

Marcelo Cassiolato, Vice-Presidente Comercial da Agro Amazônia

“Nossa missão é contribuir com o crescimento sustentável do agronegócio, gerar valor para nossos clientes, fornecedores e colaboradores”

Cumprir metas, rostos nervosos no fim do ano fiscal, números aterrorizadores, equipes preocupadas? Que nada. A imagem costumeira construída da pressão exercida sobre as equipes comerciais não combina com a serenidade e confiança deste paulista descendente de italianos que vieram trabalhar nas lavouras de café do Norte do Paraná. Marcelo Cassiolato gostava de visitar a fazenda do tio, foi cursar Agronomia em Londrina (PR) e terminou a graduação fazendo pesquisas na Agro Amazônia. “A empresa já era uma referência na época. Apaixonei-me pelo Cerrado, pela empresa e fiquei”, resume com o sorriso no rosto.

O primeiro e único emprego até hoje. Marcelo acompanhou de perto metade da jornada de quarenta anos da corporação. “É muito gostoso pensar que tenho a metade da história da empresa. Acompanhei a passagem de empresa familiar a multinacional, ajudei a construir muita coisa, cresci profissionalmente, fui promovido várias vezes, acompanhei a profissionalização da corporação e a valorização da tradição, o foco na parte técnica por vir da academia, para ajudar o produtor a obter melhores resultados. Meu perfil é confundido com o da Agro Amazônia. Foi ótimo crescer juntos”, declara. E emenda detalhando como procura espalhar tanta motivação para cada colaborador da Distribuidora.

“
Possuímos um ambiente de trabalho excepcional. Aqui, as pessoas são amigas, contribuem umas com as outras. Isso dá segurança para desenvolverem-se, alcançarem novos postos. Atuo diretamente nesta capacitação. O time sabe que a Agro Amazônia é um lugar onde ele podem evoluir bastante”.

AgroRevenda - Como motivar uma área tão sensível em qualquer empresa como a Comercial?

Marcelo Cassiolato - Eu sou muito chato nesse aspecto, inclusive faço parte do pessoal ligado ao CREA (Conselho Regional de Engenharia e Agronomia). Quando falo com nosso time, reforço que um bom profissional de Comercial e Agronomia precisa de pilares. Ser bom tecnicamente, ter relacionamento e agressividade comercial. Precisa juntar essas três características de forma natural. E ajudar o produtor a ter melhores resultados. Você faz um juramento quando sai da faculdade de atuar para produzir mais e com sustentabilidade. E aqui procuramos profissionais que tenham esses pilares muito enraizados.

AgroRevenda - Mesmo com um time tão gigantesco?

Marcelo Cassiolato - São 800 profissionais sob o meu comando. Comercial, Operacional e Logística. Todo dia, trabalhamos administrativamente com documentação, estoque, faturamento, caixa. Para facilitar a vida do técnico no campo e tornar a operação do cliente simples e fácil, para ele se organizar no dia a dia dele. O técnico vai a campo com dois pensamentos principais: ajudar o agricultor a produzir mais, reduzir custo, fazer a coisa certa. E como vai usar todo esse arsenal de serviços e tecnologias dando preferência a nós, como consequência do trabalho dele. Entregando resultados aos Stakeholders. Acionistas, fornecedores e a pró-

pria comunidade para quem prestamos conta, pagando impostos e cumprindo as obrigações que toda empresa tem que cumprir.

AgroRevenda - O foco central da Agro Amazônia é conquistar novos clientes ou aprofundar os negócios com os atuais?

Marcelo Cassiolato - Não paramos de aumentar o número de agrônomos no campo não só pela abertura de novas filiais, mas porque cresce o número de profissionais nas equipes das lojas. Há quatro anos, nossa filial de número 3, a de Sorriso (MT), tinha quatro engenheiros agrônomos. Hoje são nove. Isso é consequência de novos clientes entrando. Até porque temos um limite máximo de parceiros por agrônomo, numa área delimitada máxima. Logo, estamos abrindo novas lojas, mas também ganhando território nas lojas onde já atuamos. Nossa missão é contribuir com o crescimento sustentável do agronegócio. Gerar valor para nossos clientes, fornecedores e colaboradores. Para todos ganharem no processo.

AgroRevenda - O time trabalha bem?

Marcelo Cassiolato - Olhe, possuímos um ambiente de trabalho excepcional. Aqui, as pessoas são amigas, contribuem umas com as outras. Isso dá segurança para desenvolverem-se, alcançarem novos postos. Atuo diretamente nesta capacitação. Veja o meu caso. Entrei como vendedor, subi e hoje sou Vice-Presidente. E não quero parar. O time sabe que a Agro Amazônia é um lugar onde eles podem evoluir bastante. Procuro ser sempre objetivo com o time, e reconheço que estou acompanhado de profissionais muito bons e que me ajudam nesse sentido. Auxílio às pessoas no sentido das metas da empresa. E a motivação é a grande base desse trabalho comercial. Assim, conseguimos nos transformar em modelo para o segmento.



Construímos um status sólido de confiança em quarenta anos. E permanecemos atrás de pessoas certas para os lugares corretos. Parte logística, centros de distribuição, armazéns nas lojas, planejamento estratégico, concorrência. São todos pilares que exigem muita atenção”.

AgroRevenda - Como é estar no Comercial de um negócio de margens pequenas?

Marcelo Cassiolato - Realmente, somos uma atividade de negócios de faturamento e risco bem altos e margens baixas. Logo, tomar muito cuidado é essencial. Tudo tem que funcionar redondinho. Política de crédito forte, clientes confiáveis, manter bons fornecedores, condução perfeita da parte técnica no campo. E acreditar que tudo vai dar certo. Que a gente vai chegar lá. Com excelência. Isso é agricultura.

AgroRevenda - E o futuro?


Marcelo Cassiolato - Pretendemos aumentar nossa participação na relação com os clientes. Ter mais e bons clientes, traçando novas histórias de crescimento. E é uma trajetória difícil. Basta recordar os desafios que tivemos que ultrapassar durante a pandemia da Covid-19. E mais. Construímos um status sólido de confiança em quarenta anos. E permanecemos atrás de pessoas certas para os lugares corretos. Parte logística, centros de distribuição, armazéns nas lojas, planejamento estraté-

gico, concorrência. São todos pilares que exigem muita atenção.

AgroRevenda - Qual a principal habilidade que te atrai para contratar um profissional?

Marcelo Cassiolato - Eu me encanto com pessoas que tenham alegria ao falar, sinceridade, brilho nos olhos. E capacidade de gestão porque, afinal, eles vão trabalhar com outras pessoas. Precisa haver respeito com todos. É isso que procuro. Até porque, quando um candidato chega a mim, os processos de recursos humanos já o escolheram, tecnicamente falando.

AgroRevenda - De onde você tira tanta alegria?

Marcelo Cassiolato - Sou apaixonado pelo que faço. Tenho prazer e satisfação em fazer tudo o que faço. É minha grande fortaleza. E isso muda o jogo. Para mim e para a empresa. Nada no trabalho me incomoda. Muito pelo contrário. Todos sabem que podem me acionar a hora que for do dia, fim de semana, feriado. Por isso tanta dedicação. E a pessoa que se encontra é muito feliz e realizada. 

Juntos

É assim que elevamos o
agronegócio nacional.

À parceira **Agro
Amazônia** expressamos
nossa homenagem
pelos seus **40 anos**.
Uma empresa que tem
sua **marca registrada**
no agronegócio e que
impulsiona a **evolução**
da agricultura
brasileira.

Nos orgulhamos de
fazer parte dessa
jornada de **inovação e**
tecnologia.
SEMPRE AgTech e
Agro Amazônia,
juntos a gente faz!



AGRO AMAZÔNIA





Nasceu em São Paulo – Capital | 46 anos

18 anos de Cargill Agrícola

Entrou em 1992, como office boy, e evoluiu para as áreas de trading, originação, finanças, tecnologia, administração, logística e questões de campo

Trabalhou durante três anos no Fundo de Investimentos Pátria | Área de Café

Já atuou no México (Grãos e Foods) e nos EUA (Projetos e Estratégia de Negócios)

Passagens pela Imcopa e Noble Fertilizantes (Paraná)

Cresceu em Contabilidade, Tecnologia e Fábrica

Sete anos e 6 meses de Agro Amazônia

Ebenilson dos Santos, Integração Agro Amazônia - Nativa



O paulistano da gema tem a voz calma e doce. Nasceu no seio de uma família muito simples e foi para a lida bem cedo, sempre trabalhando ao lado do agronegócio. “Sou apaixonado pelo setor, mas com uma formação diferente. Não de Engenharia Agrônômica e sim em contabilidade, finanças, tecnologia, sempre a serviço do Agro. Conhecimento da fazenda, antes e depois da porteira”, afirma com orgulho. E dá-lhe *hedge*, comercialização de commodity e a especialidade dele: mercado financeiro. Gestão de Riscos. Mercadoria e moedas. “Faço questão de frisar que passei um bom tempo, sim, em escritório, mas nunca deixei de querer aprender e estar muito próximo do produtor rural. O que é uma marca da Agro Amazônia, está em nosso DNA. Pensar e questionar para construir alternativas. Sempre admirando uns aos outros”, justifica. ‘Ebê’, como é conhecido por todos, entrou na Agro Amazônia em 2016, como Diretor Financeiro. E voou. Vice-Presidente de Finanças e Marketing, depois Vice-Presidente de Finanças e Novos Negócios e, por fim, como Vice-Presidente do Projeto de Integração com a Nativa. Mudou ‘de mala e cuia’ para Patos de Minas em junho e, de lá, explica porque confia demais na consolidação do novo projeto, no Agro e na força das pessoas.

AgroRevenda - Qual o grande trunfo da Nativa integrar a corporação?

Ebenilson dos Santos - Temos duas visões estratégicas de crescimento. Abrir

Temos duas visões estratégicas de crescimento. Abrir filiais, com análise das cidades, potencial do mercado, conexão com nosso negócio. E desenvolver novos conhecimentos, estruturas diferenciadas, mercados inovadores. Usando bases já instaladas e oportunidades como a Nativa, que é um exemplo de atividade distributiva muito similar à Agro Amazônia”.

filiais, com análise das cidades, potencial do mercado, conexão com nosso negócio. E desenvolver novos conhecimentos, estruturas diferenciadas, mercados inovadores. Usando bases já instaladas e oportunidades como a Nativa, que é um exemplo de atividade distributiva muito similar à Agro Amazônia. E vamos prosperar juntos, implementar nosso conhecimento do negócio. Aqui, em Minas, temos os grãos tradicionais, maravilhosos, soja e milho. E muito mais. O café, horti-fruti, diversificação, trigo, sorgo, batata, morango, repolho, cebola, alho. É uma investida diferente. Sem falar na fábrica de fertilizantes da Nativa. É bastante valor, colaboração, DNA parecido, conjugação de valores. Aqui, ainda tem excelência agrônômica, estação experimental para testar produtos e mostrar a nossa capacidade.

Isso tudo sem perder ninguém, todo mundo engajado na nova empreitada.

AgroRevenda - Como é a tarefa de abrir áreas de novas culturas?

Ebenilson dos Santos - A Agro Amazônia tem a expertise de entregar serviços à agricultura. Também aliada a parceiros maravilhosos, como o Airton Magni, da Sementeira Laçador, em Minas Gerais. E, na medida em que vamos aprendendo novos negócios, nos associamos a todos os mercados. É uma das características nossas. Por exemplo, isso vem ocorrendo com a batata. Fomos entender como funciona a relação entre o produtor e a indústria final, falamos com players globais do segmento, assim como gente de porte como a Montesa Agropecuária Indústria, Comércio, Importação e Exportação LTDA, do Leandro Homero. Nosso sonho é cons-



truir um horizonte com essas empresas. Outro exemplo é o café. Estamos numa região sensacional, com produtos de primeira qualidade e os próprios cafeicultores nos falam da possibilidade de exportação que podemos ter por causa da Sumitomo. E ainda nem tratamos de pecuária bovina, suinocultura, etc. Setores que já atendemos com a base da nutrição, que são os grãos, mas com grande potencial de avançar no Brasil e exterior estando ao nosso lado. Temos muito a oferecer e a aprender com os empresários desta região. É muita gente competente. Se eu começar a dar os nomes, não paro mais. Todos vão nos ajudar nesta caminhada.

AgroRevenda - E, apenas dois meses depois do negócio fechado, já houve um congoçamento interessante, não?

Ebenilson dos Santos - Sim, realizamos a Semana do Cliente, em quatro filiais, agrupando famílias, clientes e equipes em jantares. Mais de 1.300 pessoas, com o nosso presidente (Roberto Motta) apresentando a empresa, os antigos donos explicando porque venderam a Nativa (Luciano Prado e João Dias) e porque a Agro Amazônia foi a escolhida. O nosso Diretor de Comunicação, o Diniz, fez toda a conexão e eu falei no encerramento, dando a mensagem de que somos muito capazes tecnicamente, temos força de investimento, contamos com a cultura japonesa de olhar o negócio a longo prazo. E, naquele momento, já vislumbrávamos que o ano seria difícil, mas reafirmamos nosso compromisso de honrar a entrega. Os insumos acabaram, efetivamente, tendo os preços bem depreciados ao longo do ano. Mesmo assim, estamos chegando ao fim do período superando o faturamento de 2022, com mais de 45% de crescimento na entrega de insumos e fertilizantes. Graças a confiança dos produtores. Afinal, estamos dentro da casa deles. Neste período,

“
Temos muito lugar para crescer. Oportunidade para crescer juntos, com irrigação, certificação, meio ambiente, adubação melhor, integração, novas tecnologias, biológicos”.

ao lado do nosso Diretor Comercial, o Vitor Queiroz, que tem mais de vinte anos de Nativa, fizemos o Estado de Minas Gerais saber que Nativa é Agro Amazônia e Agro Amazônia é Nativa. Também com o auxílio do Maurício e do Emílio, promovemos a integração e a harmonia no ambiente de trabalho. Os colaboradores permaneceram e até os profissionais da concorrência mostraram interesse em estar com a gente porque efetivamente fazemos o que cumprimos.

AgroRevenda - O bom ambiente de trabalho parece ser um norte da empresa?

Ebenilson dos Santos - Olhe, eu vim de uma família muito pobre. E sei da importância de participar de um empreendimento onde o presidente é igual à pessoa que serve o cafezinho. Onde ninguém é melhor. E as nossas pessoas estão seguras porque sabem que vamos construir juntos o nosso futuro.

AgroRevenda - E a safra 2023 - 2024? Qual a expectativa?

Ebenilson dos Santos - A Agro Amazônia quer que o produtor produza e comercialize bem. Temos grandes, médios e pequenos agricultores como clientes e parceiros. Nosso objetivo é acompanhá-los em toda a jornada. Eu sou extremamente otimista. E tenho a cabeça financeira, os pés no chão. Penso em alimentar o mundo, comercializar bem os bens da Agro Amazônia e debater com os clientes

como crescer juntos. Sendo simples, falando de prazos, fluxo de caixa, melhores preços, negócios para muitos anos. Compartilhando os ganhos. Quando trabalhamos juntos, todo mundo ganha. Se o produtor precisar de uma ajuda administrativa, vamos ajudá-lo. Nada vai subir sempre, nada vai cair sem parar. Vamos ser humildes, achar soluções para o mercado, produzir mais.

AgroRevenda - E o Agro Brasil?

Ebenilson dos Santos - Temos muito lugar para crescer. Oportunidade para crescer juntos, com irrigação, certificação, meio ambiente, adubação melhor, integração, novas tecnologias, biológicos. Olhar o mercado brasileiro extremamente profissional com ambiente familiar. Somos grandes empresários sem perder a essência, não importa o Estado. Fui um menino que nasceu em uma pobreza extrema e hoje fala com gente do Brasil inteiro, de Nova Iorque, do Japão. É sensacional. Estamos vivendo um momento de transição, com várias gerações de trabalhadores, todos vencedores. Movimentando o que nossos pais e avós fizeram e erguendo o que vamos deixar para nossos filhos. No fim do dia, a Agro Amazônia quer estar dentro da casa do produtor. Contribuindo com o nosso propósito. O Agro vai crescer. Não tem lugar para pessimismo. Vamos crescer porque o Brasil e o Agro vão crescer.

AGRO AMAZÔNIA E CORTEVA: UMA PARCERIA FORTE!

Nos últimos anos vimos a importância de estarmos alinhados com os nossos propósitos. E isso inclui principalmente, as pessoas que nos rodeiam, que caminham conosco.

Para a Corteva, estar junto daqueles que também buscam o progresso do agronegócio, faz toda a diferença na construção da nossa história. Por isso, ter como parceiro Agro Amazônia, faz muito sentido para todo o time Corteva. Pois juntos trabalhamos para o desenvolvimento sustentável do agronegócio brasileiro.

Ao longo dos anos, as empresas estiveram cada vez mais unidas, trabalhando em diversas regiões brasileiras e com diversas culturas, que juntas somam um sucesso imensurável do setor. Nas duas últimas safras, batemos recordes. E estivemos no campo, junto com o agricultor. Nosso time técnico e o time técnico Agro Amazônia.

Através de importantes capacitações, como o foco nas anomalias das vagens que refletiu diretamente no cuidado no campo. Dando todo suporte necessário para esse grande avanço que foi 2022/2023. E iremos seguir com essa importante parceria de sucesso. Fazendo a diferença na história do agronegócio brasileiro.

Afinal, em 2023 a Agro Amazônia completou 40 anos de tradição e crescimento junto com esse setor tão significativo para todo o Mundo. Sempre com a visão de ser o melhor e maior distribuidor de insumos agropecuários do Brasil.



AGRO AMAZÔNIA



CORTEVA
agriscience



SUMITOMO CORPORATION

- # Líder em trading
- # Mais de 140 escritórios em 66 países
- # 24 escritórios no Japão
- # Grupo com mais de 950 empresas
- # Mais de 85.000 funcionários

PORTFÓLIO PECUÁRIA

- # Herbicidas e inseticidas para pastagens, sementes, fertilizantes e nutrição para pastagens, saúde animal, nutrição animal, arames e equipamentos
- # 21.500 mil clientes no segmento.

MISSÃO

Trabalhar para o desenvolvimento sustentável do Agronegócio.

VALORES

- # Integridade
- # Sustentabilidade
- # Paixão
- # Foco no cliente
- # Simplicidade
- # Segurança

PORTFÓLIO AGRÍCOLA

- # Defensivos agrícolas, sementes, fertilizantes, nutrição de plantas, produtos biológicos, inoculantes, adjuvantes, silo bolsa, etc.
- # Mais de 5 mil clientes no segmento

FATURAMENTO

- # Faturamento 2019 | 2020: R\$ 1,4 bilhão
- # Faturamento 2020 | 2021: R\$ 2,03 bilhões
- # Faturamento em 2021 | 2022: R\$ 5,6 bilhões
- # Faturamento previsto para 2023: R\$ 6 bilhões

VISÃO

Ser o melhor e o maior distribuidor de insumos agropecuários do Brasil.

ATRIBUTOS

- # Inspirados pelos Clientes
- # Mudar para Melhor
- # Fome de Performance
- # Vida Equilibrada
- # Fazendo Juntos
- # Amor de Dono
- # Fazendo da maneira certa
- # É pra Já!



A **Brenntag** tem orgulho da parceria de sucesso firmada juntamente com a **Agro Amazônia**. É com grande satisfação que aproveitamos este momento para parabenizar a **Agro Amazônia** pelos seus **40 anos** de trajetória excepcional.

Nossa colaboração tem sido marcada por uma relação de confiança mútua, comprometimento e dedicação, alcançamos conquistas notáveis. A **Agro Amazônia** demonstrou ser uma empresa líder em seu setor, com um compromisso inabalável com a qualidade, a inovação e o desenvolvimento sustentável do agronegócio.

Nesses **40 anos**, a **Agro Amazônia** construiu um legado que serve de inspiração para todo o mercado. Sua capacidade de adaptação, visão estratégica, compromisso com a segurança e sustentabilidade, paixão e foco no cliente são dignos de admiração.

À medida que celebramos essa data especial, desejamos à **Agro Amazônia** todo o sucesso contínuo e prosperidade em suas futuras empreitadas. Que os próximos anos sejam repletos de realizações, crescimento e novas oportunidades.

A **Brenntag** sente-se honrada em fazer parte da história de sucesso da **Agro Amazônia** e aguardamos com entusiasmo os muitos anos de parceria que estão por vir. Parabéns pelos **40 anos** de excelência e inovação!




IBI é app exclusivo para produtores rurais



O IBI Agro Inteligência é uma solução tecnológica voltada para produtores rurais e foi lançada pela Agro Amazônia para facilitar e auxiliar a tomada de decisão nos negócios. O IBI fornecerá dados transacionais com o cliente e dados técnicos sobre mercado e clima, integrando seis plataformas digitais: Safras&Mercado, Sistema TempoCampo (ESALQ-USP), AgroSmart, Arable, Agrymet e METOS. Uma plataforma digital que elimina a necessidade de acessar múltiplos aplicativos para obter os dados desejados, otimizando o tempo de forma integrada e facilitando a tomada de decisão. A Agro Amazônia fez uma parceria com o Sistema TempoCampo da ESALQ-USP, sob a coordenação do Professor Doutor Fabio Marin. O cliente terá acesso aos dados de clima e a inteligência agrônômica da FEALQ (Escola de Agronomia da Universidade de São Paulo - ESALQ-USP) através dos índices de favorabilidade para operação

de plantio, aplicação de produtos e também de ocorrência de praga e doenças, indicando, por exemplo, quais dias são suscetíveis ou não à ocorrência, através de um modelo matemático que leva em consideração as condições meteorológicas de cada região do Brasil.

O aplicativo também conta com a parceria da CMA / Safras&Mercado, que traz informações sobre o preço dólar, preço físico de 79 praças e contratos futuros de soja, milho e boi, facilitando o dia a dia dos produtores no monitoramento do comportamento do mercado, contribuindo para que realizem boas negociações no momento mais favorável. “É o primeiro passo de uma longa caminhada. Existe um planejamento robusto para trazer mais funcionalidades e inclusive inteligência artificial para o aplicativo. O produtor terá a informação desejada otimizando tempo e potencializando sua experiência”, afirma Luiz Felipe Xavier, Coordenador de Inovação Agro

Amazônia. Dados como boletos e notas fiscais, acompanhamento de contratos de barter, histórico de consumo de produtos, solicitação de visitas de consultores técnicos, monitoramento de saldos e entregas de produtos de pedidos. Para Roberto Motta, Presidente/CEO da Agro Amazônia, o lançamento é um marco dos 40 anos de empresa, sendo uma evidência do compromisso contínuo com o desenvolvimento sustentável do agronegócio. “Nosso objetivo é que o IBI seja um verdadeiro parceiro dos produtores, simplificando suas atividades diárias e proporcionando uma experiência única e descomplicada no campo”, sintetiza. “O IBI vem para dar solidez ao conceito de simplicidade, que é um dos nossos valores, facilitar o dia a dia dos nossos clientes. Temos excelentes soluções em AgTech no mercado e não pretendemos reinventar e, sim, integrar e gerar valor para nossos clientes e consultores internos, garante Helen Cavalcante, Head de Inovação e Tecnologia da Informação Agro Amazônia. 



Apresenta:



O que faz uma empresa
SER BEM SUCEDIDA
ao longo do tempo

O SUCESSO DA AGRO AMAZÔNIA

Afinal, como determinar o sucesso de uma empresa? Alguns fatores são essenciais para uma empresa ter uma longa história no mercado entre eles podemos citar expertise em logística, boas habilidades técnicas, linhas de serviço mais eficientes, uma boa cobertura de mercado.



Primeira Filial
Cuiabá 1983

Mas alguns fatores especiais levam uma empresa a ser referência no mercado por tantos anos e são por esses fatores que a Bayer vem atrás deste reconhecer nosso parceiro e fornecedor Aggro Amazônia pelos seus 40 anos de mercado.



Filial Diamantino
2023

Pela paixão pelo agro e pelas pessoas,
por desejarem inovar para surpreender,
por incentivarem uma vida de equilíbrio,
pelo engajamento com o resultado e
por não abrirem mão da agilidade.



Área de Atuação

Parabéns Agroparc por esses 40
anos contribuindo com o desenvolvimento
sustentável do agronegócio e apoiar
nossos produtores nessa difícil missão de
alimentar o mundo!



AGRO AMAZÔNIA

Compromisso com a pecuária. Hoje e sempre.

Agro Amazônia 40 anos!

A MSD Saúde Animal tem orgulho de fazer parte desta história de compromisso e dedicação.

Juntos, trabalhamos para transformar o hoje e construir a pecuária do futuro!

0800 70 70 512

www.msd-saude-animal.com.br



Um negócio do

GRUPO
PÚBLICA
PRESENÇA TOTAL NO AGRO

Excelente para quem quer informação.



Melhor ainda para quem quer vender.

Fale conosco!

Vinicius Godoy
vinicius@publique.com
(16) 9.9782.1612

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



www.agrorevenda.com.br

AR

AgroRevenda

A Plataforma de Conteúdo da Distribuição Agro

FALANDO *de* Bichos

Nº 18
AR101

TUDO DE PET. TUDO DE BOM.



Pet South America

É A GRANDE VITRINE DO UNIVERSO DOS ANIMAIS DE COMPANHIA

Uma das maiores feiras pet do planeta, realizada em São Paulo, movimentou o setor e supera todas as previsões de público

Quem teve a oportunidade de ir aos pavilhões do São Paulo Expo nos dias 16, 17 e 18 confirma, com absoluta convicção, que a Pet South America e a PET VET desde ano foram um enorme sucesso de público. Os dois eventos acontecem simultaneamente e mantiveram nos três dias um fluxo enorme de pessoas, entre tutores de pets, veterinários, donos de pet shops, adestradores e profissionais ligados ao mundo dos animais de estimação. Foi grande também a presença de animais, com destaque para os pet influenciadores, os cães modelos para tosa e até os atletas.

O balanço feito pelos organizadores corrobora a avaliação. Segundo Guilherme Martinez, responsável pelos dois eventos, 41.315 pessoas passaram pelos pavilhões nos três dias – número 31% do que o registrado na edição anterior. O aumento teria sido puxado pelo crescimento na participação de médicos veterinários. Tanto que a PET VET teve público 58% maior do que em 2022.

Esses números vêm de encontro ao consenso que já se estabeleceu no Brasil de redefinição do relacionamento com os pets. “A área de cuidados com



os animais de estimação vem crescendo exponencialmente no Brasil. As pessoas não veem mais os pets como viam antes: eles fazem parte da família e o bem-estar deles é tão fundamental quanto o de outros os integrantes da casa”, explica Guilherme, que é Head do Núcleo Pet da NürnbergMesse Brasil, organizadora das duas feiras.

Um passeio pelos corredores das feiras era mais do que suficiente para comprovar que os amigos de quatro patas – e também os de penas ou escamas – se tornaram parte da família. E, com isso, há um espaço enorme a ser ocupado por indústrias e empresas de serviço. A Pet South America é a maior feira pet da América Latina e o principal termômetro desse mercado no país.

Os lançamentos de produtos na feira foram muitos e variados. Itens de vestimentas, acessórios, brinquedos, cosméticos, medicamentos, alimentação, novos equipamentos de uso veterinário e tudo o que mais se possa imaginar para pets.

PARA GATOS - A Pet Society apresentou seu novo um mousse para banho a seco para gatos, da linha Chococat. Uma novidade pensada para os bichanos, que são cheios de personalidade e não gostam, por exemplo, do barulho de spray. O mousse é silencioso, evitando assustar os gatos. A empresa lançou também novos produtos da linha Hello Kitty and Friends® by Pet Society. E mostrou na feira o novo padrão de suas embalagens, que trazem um QR Code que remete a um tutorial



com as explicações sobre os produtos e como utilizá-los.

O estande da Pet Society incluía duas outras divisões da empresa, a Hydra, voltada aos profissionais de pet shops, e a Soft Care, de produtos de uso veterinário como shampoos dermatológicos e medicamentos otológicos.

Outra que trouxe lançamento para gatos foi a Bastet, que se dedica exclusivamente a produtos para felinos. Bruna Marques, diretora da empresa junto com a mãe, Sirlene, mostrou a rede de chão, um móvel com design moderno e funcional que oferece conforto ao pet. A Bastet mostrou também sua linha de comedores ergonômicos, mais elevados e com inclinação, que ajudam a evitar que os felinos precisem se curvar na hora da alimentação.

Bruna é veterinária e atua como clínica geral de felinos, resultado de uma paixão que sempre nutriu pelos gatos. “Gato vicia”, brinca. Essa paixão vem sendo descoberta pelos brasileiros nos últimos anos. Segundo pesquisadas recentes, o número de felinos no país está crescendo mais do que o de cães. O número de gatos saltou de 25,6 milhões, em 2020, para 27,1 milhões, em

2021, de acordo com o último Censo Pet divulgado pelo Instituto Pet Brasil. O crescimento recorde foi de 6% no mesmo período em que o número de cães subiu apenas 4%. O reflexo disso pode ser visto na variedade e quantidade de produtos para felinos na feira.

“Ainda que o número de cachorros de estimação, no Brasil, siga sendo superior, não dá para ignorar que o aumento de gatos de estimação pode indicar uma tendência. Com a vida mais agitada, a volta das atividades presenciais e a verticalização dos centros urbanos, os gatos se mostram como uma opção mais prática para quem quer uma rotina mais independente, sem os cuidados que um cachorro demanda”, explica Guilherme, da NürnbergMesse Brasil.

A Blindog apresentou em seu estande um dispositivo para ajudar cães cegos a evitar colisões e o interesse do público foi grande. “Pesquisando e conversando com médicos-veterinários, percebi que essa não era uma realidade só minha, são mais de 6 milhões de cães cegos nos lares brasileiros”, afirmou Luana Wandercy, CEO e fundadora da marca.

A König, indústria farmacêutica exclu-

sivamente veterinária com mais de 40 anos no mercado, também percebeu o interesse do setor pelos seus mais de 90 produtos nas categorias de fármacos e nutricionais. “A PET VET foi muito boa para a gente. A edição passada já tinha sido, então viemos com uma expectativa alta, que ainda assim foi superada. Conseguimos encontrar o público que estávamos procurando”, contou Rodolfo Lozano, gerente de vendas da empresa.

EXAMES NA CLÍNICA - A Idexx manteve uma agenda intensa de atividades em seu estande na PET VET. A empresa de origem norte-americana produz equipamentos de diagnósticos veterinários e está completando dez anos de atuação no Brasil. “Nosso negócio são os diagnósticos para cães e gatos. Estamos completando dez anos de presença vitoriosa no mercado brasileiro e escolhemos a PET VET para essa comemoração”, explica o gerente geral da Idexx Brasil, Eduardo Abrecia. O mercado da empresa, fundada há 40 anos, são as clínicas veterinárias, por isso a participação na PET VET.

“Temos as máquinas que realizam os exames na própria clínica, com resultados em oito minutos”, exemplifica Marcel Duarte, diretor comercial da Idexx Brasil. A empresa fornece os kits para realização dos exames. Além dos equipamentos, que em sua maioria são locados para as clínicas, a empresa mantém um laboratório de referência em São Paulo.


Outra participante recorrente do evento, a Bioclin, que trabalha com soluções para diagnóstico veterinário, revelou que foi possível não só fechar negócios, como conhecer novos parceiros. “Conversamos com clientes diretos como laboratórios e hospitais de todas as regiões do país. A feira nos propor-

cionou interações fantásticas”, disse a gerente comercial Karla Ferraz.

Também no segmento de máquinas para diagnósticos, a Foco Vet trabalha com equipamentos importados, alguns deles com marca própria. Débora Viana, diretora da empresa, explica que atualmente são comercializados 20 modelos, além de insumos para realização dos exames, totalizando cerca de 200 itens no portfólio.

Todos os equipamentos são de fabricação chinesa e passam por uma rigorosa avaliação pela empresa e depois por todos os procedimentos para validação nos órgãos responsáveis pela área de saúde. Todo o processo leva, segundo Débora, entre dois e três anos. A clientela da Foco Vet também são os veterinários que possuem clínica. “Participamos de todas as etapas da montagem do laboratório de análises na clínica veterinária. Fazemos a instalação, treinamentos, fornecemos os insumos e damos assessoria científica”, acrescenta.


PRODUÇÃO LIMPA - A Plast Pet ostentava um dos maiores estandes da feira. Com 27 anos de existência, participa da Pet South America há 21 anos. A indústria tem sede em Blumenau (SC), produz acessórios em plásti-



Todos os anos conseguimos perceber que a feira está crescendo em tamanho e qualidade de público. A gente entende que a feira é uma oportunidade de reunir pessoas do país inteiro para conversar e fazer negócios. Recebemos muitos distribuidores e potenciais parceiros aqui”, explicou Luciano Becker, Gerente Comercial da marca.

co e conta com cerca de 300 itens no portfólio, parte dos quais é exportada para América Latina, Estados Unidos e Europa.

A coordenadora de marketing da Plast Pet, Luana Barbosa, acrescenta que 80% da matéria-prima utilizada pela fábrica é de material reciclado e que não

há qualquer emissão de fumaça ou cheiro na planta industrial. “A produção é a mais limpa possível”, reforça. Também não há descarte de materiais na fábrica. Entre os lançamentos da empresa estão novos dispensers de ração modelo PRO de 25, 40 e 60 litros e um canil/gatil para animais de pequeno e médio porte. 

ATÉ 2024!

A NürnbergMesse Brasil já definiu a data da próxima edição dos dois eventos: será de 14 a 16 de agosto de 2024. “A nossa expectativa é sempre que a feira cresça, mas, mais do que isso, para a gente é importante que ela ganhe cada vez mais relevância. E foi isso o que vimos este ano: recebemos um público extremamente interessado nos setores de produtos, serviços e cuidados com animais de estimação. O Brasil está se destacando cada vez mais no segmento pet e isso reflete nos pavilhões lotados. Para a próxima edição, vamos focar ainda mais em conteúdo de qualidade, networking, oportunidades para novas empresas e apresentação de inovações na área”, finaliza Guilherme Martinez.



Idexx escolheu a PET VET deste ano para comemorar seus 10 anos de presença no mercado brasileiro de máquinas de diagnóstico.



Capri produz anilhas e inovação

EMPRESA CRIADA HÁ 76 ANOS É LÍDER NACIONAL NA PRODUÇÃO DE ANELAS PARA IDENTIFICAÇÃO DE AVES E ANIMAIS

Nem só de cães e gatos vive uma grande feira como a Pet South America. Se há grandes equipamentos de secagem, aparelhos de diagnósticos de última geração e dispensers de ração de grande capacidade, há também itens pequenos e delicados. As anilhas, que são anéis para identificação de pássaros, são o principal negócio da Capri, que tem uma trajetória rica e bem sucedida.

A empresa nasceu há 76 anos, em São Paulo, no começo apenas produzindo e distribuindo gratuitamente as anilhas. O fundador, Luiz Pereira da Silva, militar da aeronáutica, era criador de canários e fabricava os anéis para repassar aos colegas que tinham criatórios e para a entidade da classe. Rosina Gallaro, CEO da Capri e viúva de Luiz, conta que um dia questionou o marido sobre a possibilidade de transformar a produção das anilhas num negócio. Ele negou. Ela perseverou. E desde 1968 a Capri funciona como empresa, produzindo e colocando seus produtos no mercado.

A empresa, aliás, é pioneira e líder desse mercado. E diversificou sua atuação, muito pela convicção de Rosina Gallaro, que, apesar da idade, tem sede de inovação. "A empresa está em crescimento constante", afirma dona Rosina. Os negócios agora

incluem o laboratório Unigen, que faz identificação dos pássaros pelo DNA, além de sexagem, genotipagem CIG, paternidade e outros exames.

O interesse da CEO pela inovação levou a um outro empreendimento da empresa, a Capri Venture Builder, uma espécie de aceleradora de startups do setor pet. Onze delas estão sendo assistidas pela Capri Venture, todas com pegada tecnológica. A Equis IoT, por exemplo, desenvolveu um equipamento para monitorar as baias de equinos. Uma câmera especial consegue coletar todos os principais dados que interessam ao criador, se o cavalo está se alimentando e tomando água adequadamente, como está a temperatura no local, se o animal corre risco de ter cólica.

Outra startup assistida pela Capri Venture é a Horse Bids, que tem como proposta ser uma solução completa para negociação de animais. Fernando Araújo, CEO da Horse Bids, explica que a clientela da empresa são os criadores (que fazem a venda dos animais), os assessores e leiloeiras e os compradores propriamente ditos. A plataforma permite que cada criador tenha seu espaço e aplicativo personalizados.

Alexandre Sallaro, filho de dona Rosina e diretor da Capri, diz que a produção de anilhas hoje é dividida em 60% em produtos para pássaros e 40% para outros animais. Um quinto da produção é exportado para os Estados Unidos e o Oriente Médio. A Capri é hoje a única empresa homologada para fazer a identificação de animais e pássaros silvestres.

Uma anilha só pode ser colocada no pássaro até a primeira semana de vida dele. Depois disso, com o crescimento e formação de cartilagem, o anel não passa mais pela pata do animal. Uma vez colocada, a anilha ficará com a ave por toda a vida dela. 🐾



Alexandre e Rosina Gallaro: duas gerações da empresa pioneira e ousada.

Mastergroom reuniu 850 competidores



DISPUTA TEVE 35 CATEGORIAS E 600 CÃES TOSADOS. ALÉM DO TALENTO DOS TOSADORES, SOBROU FOFURA PARA OS MODELOS CANINOS




divididas nos níveis Iniciante, Intermediário e Avançado. O Brasil é mundialmente reconhecido pelo talento de seus tosadores.

A competição atraiu até profissionais de outros países, como Tania Jesus, que após quatro anos como espectadora resolveu finalmente participar como competidora. “Estou muito feliz só de participar, mas se eu conseguir levar o certificado para casa, será muito importante para mim”, completa. Tania trabalha como tosadora há oito anos e como tosadora criativa há um ano e meio. Foi nessa categoria que ela competiu.

A cena se repetiu nos três dias da feira: o público se aglomerava em frente à grande área ocupada pelo Mastergroom, com direito a torcida organizada e tudo mais. Eram dezenas de cães sendo preparados simultaneamente e os resultados eram encantadores. Uma tendência observada este ano é o uso de cores na pelagem.

A competição é apresentada por William Galharde, um dos mais respeitados profissionais do mundo da tosa no

Brasil. “O cuidado que nós temos com os pets, como tutores, já é único. Aqui, tem animal que vai duas vezes por semana ao pet shop. Os produtos que utilizamos chegam a ser melhores do que alguns cosméticos humanos. Então, é comparar o incomparável”, afirma.

Para William, o Mastergroom representa a essência do trabalho do tosador. “Durante muito tempo, nossa profissão foi renegada. Mas houve uma mudança de perfil, uma profissionalização, que mostram o quanto ela é importante. Muitas vezes, o banho e tosa representam metade do faturamento de um pequeno negócio. Portanto, precisamos sempre enaltecer esse trabalho”, conclui. 



Disputa concorrida nas mesas de tosa montadas na Vet South America: uma das áreas mais agitadas da feira

O Mastergroom é uma daquelas atrações que sozinhas já valeriam a visita à feira, tamanha a beleza das tosas e a fofura dos cães. Realizado pela quinta vez, reuniu 850 competidores e 600 cães e entregou R\$ 150 mil em premiações, tanto em dinheiro, como em produtos e equipamentos. Profissionais do setor de estética animal disputaram em 35 categorias diferentes,

Muitas estrelas na feira

PET SOUTH AMÉRICA 2023!



Nos corredores da feira, um verdadeiro desfile de animais de companhia, a maioria deles formada por pet influenciadores e cães modelos para a competição de tosa do Mastergroom. Confira algumas das belezas que circularam pelos corredores e estandes da Pet South América 2023! São animais de vários tamanhos, raças e cores.



Radar Pet 2023

EM UMA DÉCADA, OS PETS PASSARAM A REPRESENTAR 25% DAS VENDAS DO SETOR DE SAÚDE ANIMAL

A Comissão de Animais de Companhia (COMAC) do Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Saúde Animal (Sindan) promoveu em julho o evento 'Pet Talks – O Futuro do Mercado Pet', na capital paulista. Ocasão de debater as tendências do segmento, com foco em negócios e consumo. E com a participação do economista Robson Gonçalves, que analisou a evolução do mercado e o comportamento do consumidor. Um dos pontos principais foi em relação aos custos que as famílias mantêm com a saúde, os cuidados, a higiene e alimentação de cães e gatos.

“Houve um aumento nos preços e na disputa do que será relevante entre ração e produtos para saúde, por exemplo. Quase 50% do orçamento para cuidados com pets são focados em alimentação. Depois, cerca de 40% vão para atenção clínica de saúde e cerca de 10% para higiene. Outro ponto interessante está relacionado ao aumento da população pet e o que isso irá significar no futuro em termos de demanda de cuidado”, observou Robson.

A Coordenadora da COMAC, Andrea Castro, falou sobre a importância das pesquisas de mercado para entender quais são as tendências e os novos perfis de consumidores, desde os cuidados básicos até os preventivos, já que hoje há um olhar para a qualidade e longevidade de vida dos pets. “De acordo com a pesquisa do Radar PET deste ano, mesmo com a evolução da relação entre tutor e pet, observou-se uma ligeira queda na demanda por consultas preventivas. Segundo os números atuais, 30% realizaram consultas para cães e 21% para gatos. Os dados anteriores apontavam 32% para cães e 27% para gatos. Esses estudos são essenciais para compreender o perfil do mercado como um todo, realizar comparações evolutivas e com tendências do passado, além de conseguir analisar perspectivas em geral”, afirmou Andrea.

Dados do Sindan revelam que, há dez anos, os pets representavam uma fatia de 15% nas vendas do setor e, em 2022, o número chegou a 25%. Dentre os fatores que contribuem para a busca crescente pelos companheiros de quatro patas, estão a conscientização a respeito dos benefícios promovidos pelos animais de estimação para a saúde e o bem-estar das pessoas, e a relação cada vez

mais afetuosa entre tutores e seus pets, além do crescente número de adoção durante a pandemia. E, diante das projeções de subida contínua, há uma forte mobilização do mercado de produtos e serviços para atender a essa demanda.

NOVA PERSONA - O levantamento do Radar Pet 2023 também reforça o vínculo emocional entre tutor e pet. Apesar da percepção do animal como filho ser menor, os pets continuam sendo considerados membros da família. Os tipos de tutores foram divididos em quatro tipos: o desapegado, o amigo do pet, o pet lover racional e o pet lover emocional. O tutor desapegado enxerga o pet através





de um vínculo emocional mais fraco, preocupando-se com os cuidados básicos, sendo predominantemente homens, na faixa dos 50 anos, casados com filhos, da classe C, que moram em casas das regiões Centro-Oeste e Nordeste.

Os amigos do pet tendem a ser mulheres, entre 30 e 59 anos, casadas com filhos, da classe C no Sudeste e Centro-Oeste, e possuem um vínculo maior com o pet, não os vendo como filhos, mas como parte da família já que possuem pouco tempo para dar atenção. E os pets acompanham muitas das atividades do dia a dia.



Já o pet lover racional tem um lugar especial para o pet na própria vida, considera-o um filho, mas, devido às inúmeras tarefas do dia a dia e consciente das necessidades do animal, recorre à contratação de um número maior de serviços, como daycare, dogsitter, consultorias de comportamento e adestramento. Esse pet lover racional também é predominantemente mulher, na faixa dos 40 anos, da classe AB, solteira, viúva ou divorciada, que vive sozinha, em apartamento.

O pet lover emocional vê o animal como um filho, preocupa-se com a saúde e o bem-estar, busca o que há de melhor

no mercado e tem uma identificação com o pet. É um grupo formado predominantemente por mulheres de até 39 anos, divorciadas ou viúvas, sem filhos e com maior predominância de pessoas LGBT+, classe AB1. Esse público é mais frequente na região Sudeste.

Por fim, foi realizado um debate moderado por Nicholas Vital, Head de comunicação do Sindan, sobre avanços no setor pet, na medicina e indústria veterinária, no mercado digital e sobre as oportunidades para o setor pós pandemia e para os próximos cinco anos. Participaram da conversa Carla Berl, Diretora do Pet Care Centro Veterinário; Francisco Navega, Sócio Proprietário do N+ Pet Center RJ; e Sergio Zimmerman, Fundador e CEO da rede Petz.



Contratar e reter!

Os caminhos para o sucesso na contratação e retenção de jovens profissionais



É bastante comum ouvirmos dos gestores o quanto está desafiador encontrar jovens para trabalhar nas lojas e fazendas. “A moçada chega aqui sem experiência, são imediatistas, exigentes, não ficam nem três meses na empresa”. Realmente, as novas gerações têm, sim, um perfil diferente. Tendem a ser mais expressivas, não têm medo de falar o que pensam, gostam de ser desafiadas e de inovar; valorizam a flexibilidade, liberdade e autonomia. Elas já não querem mais ser tratadas como robôs, apenas seguindo ordens. Elas têm sede de contribuir com as empresas e o desenvolvimento do País. É fundamental que as empresas e os gestores passem a compreender e aceitar isso. De nada adianta reclamar da falta de profissionais qualificados. É preciso saber aproveitar o que as novas gerações estão trazendo de bom, bem como participar mais ativamente da formação destes jovens profissionais.

Um ponto de extrema importância e que pode ser um diferencial da sua empresa

é cuidar do ‘employer branding’. De forma muito simples, trata-se da gestão da marca do empregador. E é muito importante que os colaboradores conheçam os valores que definem a marca e gerem uma imagem positiva da sua empresa. Isso aumenta a atratividade de jovens talentos e a retenção dos atuais. No intuito de contribuir com você, Agrodistribuidor, sugerimos cinco ações para aperfeiçoar o ‘employer branding’ da sua empresa e alcançar o sucesso na contratação e retenção de Jovens Profissionais:

DIVULGAÇÃO DA EMPRESAS NAS REDES SOCIAIS

Os jovens estão constantemente ligados nas redes sociais. Instagram, Facebook, LinkedIn, Tik Tok, entre outras. E ainda é bastante comum nos depararmos com empresas que não têm seu perfil nas redes. Promover a empresa nas redes sociais é imprescindível. Divulgue por meio de posts e vídeos o que a empresa faz, qual é o propósito da empresa, quais são os valores, as práticas de

sustentabilidade que esta aplica, o que ela oferece de benefícios e incentivos para os seus colaboradores, quais são as oportunidades de crescimento e de carreira dentro da empresa. Esses são fatores que, atualmente, contribuem muito para a atração de jovens potenciais.

PARCERIAS COM COLÉGIOS TÉCNICOS E INSTITUIÇÕES DE ENSINO PARA PROGRAMAS DE ESTÁGIO

Aproxime-se dos colégios técnicos e das instituições de ensino da região. Feche parcerias para abrir oportunidades de estágio para os estudantes. Muitas instituições de ensino e estudantes relatam que têm dificuldade e há empresas que não dão abertura para estágio. Com isso, os alunos perdem a oportunidade de aplicar os conhecimentos que estão aprendendo em sala de aula e ganhar experiência. Ao abrir vagas de estágio, além de contribuir para a formação prática dos jovens, a empresa passa a conhecer e selecionar

os jovens profissionais que têm mais 'fit cultural com a empresa' (alinhamento de valores e perfil desejado).

PROCESSO SELETIVO BEM ESTRUTURADO

Hoje em dia, é praticamente impossível acertar no processo de contratação realizado às pressas e levando em conta apenas o currículo, a formação e a entrevista com o candidato. É fundamental ter um profissional responsável pelos processos seletivos, seja alguém do setor Administrativo ou setor específico de Recursos Humanos - Departamento Pessoal. Após ser comunicado sobre a abertura de uma vaga e a necessidade de contratação, esse profissional passa a ser responsável por:

- a) Divulgar a vaga, levantar currículos e indicações;
- b) Realizar uma filtragem dos candidatos considerando as competências técnicas (hard skills) e comportamentais (soft skills) que a função/cargo demanda. Para isso, pode contar com apoio de empresas e profissionais especializados que realizam 'assessments' de perfil comportamental DISC, entre outros;
- c) Agendar entrevista com os candidatos selecionados, incluindo o gestor, superior imediato da vaga;
- d) Preparar um roteiro estratégico de perguntas visando padronizar as entrevistas e facilitar a comparação das informações posteriormente. Elaborar perguntas que permitam aprofundar no conhecimento dos candidatos, seu propósito e seus valores pessoais, como enxergam o trabalho, quais são os objetivos profissionais, os resultados que já alcançaram na vida pessoal e profissional, etc;
- e) Elaborar dinâmicas de grupo e testes práticos com o intuito de confirmar se eles têm mesmo as competências técnicas e comportamentais relatadas

no currículo . Como por exemplo configurar uma planilha de CRM ou de gestão de carteira em Excel, ou testar o conhecimento de outra ferramenta que ele terá que usar no dia a dia se ocupar esta vaga. Para aplicação de dinâmicas de grupo e avaliação de competências comportamentais (soft skills), pode contar também com o apoio de empresas e profissionais especializados e renomados.

PROGRAMA DE TRAINEE ESTRUTURADO E CUSTOMIZADO

Os Programas de Trainee são voltados para jovens recém-formados na graduação e que possuem potencial para assumir cargos de liderança nas empresas. O Programa tem o objetivo de promover o desenvolvimento das habilidades à medida que o profissional conhece os diferentes departamentos da empresa. Ele é vantajoso para ambas as partes. Para a Empresa, é uma oportunidade de capacitar um jovem que ainda não possui vício no trabalho para se tornar um líder, além de ser uma oportunidade para integrar a equipe experiente com jovens profissionais que podem contribuir com novas ideias. Para o Trainee, é uma possibilidade de experimentar na prática aquilo que foi aprendido durante a graduação. Além disso, é uma oportunidade de crescimento mais rápido na organização para ocupar cargos de liderança. Considerando o perfil mais imediatista que foi citado dos jovens, isso passa a ser uma ótima oportunidade de retenção. O Programa deve ser muito bem planejado, considerando a quantidade de vagas e as etapas necessárias para o processo seletivo. O perfil da vaga servirá como direcionamento para isso. Se você, Agrodistribuidor, está pensando em planejar um Programa de Trainee para sua empresa, não deixe de detalhar o orçamento que tem para o processo

seletivo e para a contratação. Ah, e lembre-se: investir em Marketing para atração dos candidatos vai ajudá-lo a aumentar a visibilidade do Programa.

PROGRAMA DE CAPACITAÇÃO DOS COLABORADORES

Os Programas de Capacitação In Company, aqueles elaborados especificamente para os colaboradores da empresa, quando bem planejados e executados, aumentam o reconhecimento, a valorização e o desenvolvimento de habilidades técnicas e comportamentais do time. De certa forma, reforçam o 'employer branding' que ajuda na retenção de talentos e atração de novos colaboradores. Esse tipo de programa deve ser elaborado a fim de melhorar os resultados do negócio como um todo. Nesse sentido, é extremamente importante que o desenho educacional e instrucional do treinamento seja planejado considerando o público-alvo, perfil dos colaboradores, gaps de competências técnicas e comportamentais, cultura organizacional da empresa, recursos físicos e financeiros, tempo disponível de dedicação da equipe e prazo para que os resultados sejam atingidos mediante mudança no comportamento dos colaboradores. Neste artigo, citamos alguns caminhos que vão ajudar você, Agrodistribuidor, a aumentar o sucesso na contratação e na retenção de jovens profissionais. Esperamos que agregue de alguma forma. Bom trabalho e compartilhe conosco os resultados alcançados!

AR



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

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

Distribuição 2024

Como os distribuidores podem ajudar os produtores nos desafios da Safra de Verão 2023 – 2024

A safra de grãos 2023 - 2024 está perto de seu início e junto dela alguns desafios apresentam-se aos distribuidores de insumos. Ao contrário do que aconteceu nas últimas três safras, onde os produtores de soja e milho conseguiram atingir excelentes lucratividades, na safra 2023 – 2024, a

expectativa é de que seja uma temporada de ajustes, muito provavelmente teremos os agricultores destas culturas retornando aos patamares de lucros por hectare próximos às médias históricas antes de 2020, o que significa, na soja, por exemplo, sair de patamares que chegaram perto de R\$ 5.000 reais

por hectare de lucro para um resultado esperado próxima de R\$ 1.200 reais por hectare na 2023 - 2024. A principal razão para esta expectativa está nas quedas dos preços das commodities, que trouxeram junto consigo uma queda também nos preços dos insumos, é verdade, porém os demais custos de



produção, como manutenção de máquinas, mão de obra, diesel, não baixaram na mesma velocidade.

Além deste fato ligado aos agricultores, há outros desafios que os distribuidores de insumos deverão enfrentar ao longo desta safra, e os principais estão listados abaixo:

QUEDA NOS PREÇOS DOS INSUMOS E DIFICULDADE PARA SUSTENTAR FATURAMENTO DA EMPRESA E DO TIME COMERCIAL

Desde 2020, os preços dos insumos agrícolas vinham subindo e, ao longo dos anos de 2021 e 2022, aceleraram ainda mais a alta, impactados pelas consequências da pandemia e pela guerra entre Rússia e Ucrânia, que alteraram significativamente o equilíbrio entre oferta e demanda. Este fato trouxe aos distribuidores de insumos a oportunidade de aumento de faturamento, mesmo sem grandes aumentos de volumes de vendas de produtos, e o que vimos neste período foi um grande crescimento dos distribuidores de insumos. Junto a isso, também, um bom aumento nos volumes de remuneração variável dos profissionais de vendas do setor, que geralmente têm sua remuneração variável atrelada a faturamento. Um dos grandes desafios da safra 2023 – 2024, portanto, é conseguir manter o faturamento. Para tanto, distribuidores com equipes comerciais precisarão ter um resultado em volume bem acima dos anos anteriores.

ESTOQUES DE PASSAGEM ALTOS, E POSSIBILIDADE DE TER QUE ESCOAR PRODUTOS COM MARGENS AINDA MAIS APERTADAS

Junto com a alta dos preços de insumos dos últimos anos, veio também um receio de faltar produtos no

mercado. E isso fez com que boa parte dos distribuidores trabalhassem com pedidos e estoques um pouco maiores do que o necessário, culminando em uma posição de estoques médios altos para a maioria das empresas do setor. O grande desafio aqui está justamente neste escoamento, pois esses estoques foram comprados a preços mais altos do que os praticados atualmente e, muito provavelmente, irão comprometer as margens médias dos distribuidores na safra 2023 - 2024.

ATRASO NAS COMPRAS POR PARTE DOS AGRICULTORES CAUSANDO APERTO NA JANELA DE COMERCIALIZAÇÃO E PROVAVELMENTE DESAFIOS LOGÍSTICOS

Com toda essa movimentação do mercado, os agricultores seguraram ao máximo suas compras. Se, no início de 2022, a expectativa era de alta de preços dos insumos e possibilidade de escassez de produtos, em 2023, o cenário é o inverso, o agricultor vem observando mês a mês uma queda nos preços. O que o obrigou a tomar a decisão de postergar ao máximo as compras. Este atraso vai gerar dois grandes desafios aos distribuidores. O primeiro está relacionado às metas e à performance de vendas do time comercial, que precisará acontecer em um intervalo de tempo muito curto e uma negociação perdida pode não ter tempo hábil para ser compensada por outra. O outro desafio será logístico. Muito provavelmente teremos problemas para movimentar todo o fertilizante e as sementes necessários para o início da safra, principalmente se as chuvas iniciarem cedo.

POR FIM, O ÚLTIMO DESAFIO

Está relacionado a alguns atrasos nos recebimentos da safra e safrinha 2022 - 2023, principalmente pelo

fato de boa parte dos agricultores não terem comercializado sua safra tempestivamente, ficando expostos à toda queda dos preços. Alguns agricultores acabaram se equivocando na estratégia de comercialização e perderam a oportunidade de vender sua soja e milho em momentos em que a paridade em relação aos insumos estava boa e deixaram para fazer a comercialização toda ao final da safra, comprometendo sua lucratividade e capacidade de pagamento. Neste cenário com tantos desafios, as operações de trocas de insumos por grãos (Barter) tornam-se uma ferramenta extremamente interessante, pois permitem uma boa gestão de margens pela comercialização do mix completo. Mostra ao agricultor que, apesar das quedas nos preços das commodities, a relação de paridade está muito favorável e ainda auxilia o agricultor em sua estratégia de comercialização. Uma vez que é recomendado, a partir do momento em que se decide a área a ser plantada e compra seus insumos, iniciar as vendas de soja monitorando as relações de paridade e lucratividade da lavoura. Além disso, o fato de o agricultor ter visto que segurar a venda de toda a produção não foi uma boa estratégia na última safra, aumenta a receptividade do agricultor pelas operações de Barter. Lembrando que o mesmo deve ser feito 100% estruturado e travado, evitando ações especulativas. AR



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

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

Vetoquinol 90 anos

Empresa elabora plano para continuar crescendo acima da média do mercado e reforçar o investimento no Brasil como país chave



O futuro do mercado de produtos veterinários no Brasil e no mundo já foi traçado. Vai ser dominado por corporações rápidas em criar soluções produtivas e rentáveis para animais de produção, tecnologias eficientes para equinos e terapêuticos que garantam saúde aos animais de companhia. E quem pisa fundo no acelerador para chegar rápido a esse destino é a Vetoquinol Saúde Animal, gigante francês do segmento, que completa 90 anos em 2023. A corporação quer chegar ao fim da década lançando mais de 20 novas tecnologias, destacando China e Brasil como mercados estratégicos e fixando a marca como laboratório ágil, que oferta soluções personalizadas aos clientes.

Para isso, a única empresa familiar independente de veterinária no mundo com tamanha longevidade colocou em ação o 'Ambition 2026', um Plano Global que vai levar a corporação ao crescimento contínuo, marcar presença no mercado como um laboratório mais ágil, com soluções personalizadas, de olho em Performance, Concentração e Diferenciação.

"A Vetoquinol estruturou quatorze núcleos para tratar de inovação, vendas, marketing e operações, envolvendo pets, equinos, gado de leite e gado de corte. E o interessante para o Brasil é que os franceses colocaram o nosso país como prioritário, ao lado da China. Por isso, a empresa decidiu trazer mais produtos ao Brasil. Somos o terceiro maior mercado veterinário do mundo, calculado em torno de R\$ 10 bilhões. O Brasil tem tudo para responder e é estratégico estarmos aqui, com a fábrica de Goiânia, servindo

nossos produtores para eles produzirem mais. Nos últimos doze anos, fizemos duas aquisições, investimentos altos e agora vamos continuar crescendo e lançando produtos. Dando o retorno que a Vetoquinol merece. E vamos crescer também em 2023, mesmo diante das dificuldades", cravou Jorge Espanha, Diretor Regional da Vetoquinol Brasil, Latam e Canadá.

A animação 'verde & amarela' tem motivos e movimentou uma energia positiva sentida em um momento especial da empresa, organizado no início de outubro, em Curitiba (PR) e Goiânia (GO). O 2º Encontro Comercial Vetoquinol Centro Sul & Sudeste reuniu cem profissionais da Equipe de Vendas, que levam os produtos e as soluções tecnológicas aos produtores, fazem o trabalho de relacionamento com revendas, distribuidores e cooperativas e aperfeiçoam os programas sanitários estratégicos indicados para cada cliente.

Eles passaram horas examinando as exigências crescentes dos programas e protocolos de controle sanitário, a necessidade de entregar serviços de qualidade com o mix de produtos, o melhor posicionamento das soluções para os parceiros, como fidelizar os clientes com boa assistência. Enfrentando os principais inimigos da produção, que são os carrapatos, as verminoses e as moscas, com marcas múltiplas, como Fiprotag 210, AcurA, AcurA Max, Contratack Injetável, Bullmax Premium e Bullmec, entre várias outras. E seguir com firmeza o calendário de vacinas contra enfermidades, como Brucelose, Raiva, Moraxella, Clos-

tridioses, Leptospirose etc.

"Monitoramos sistematicamente com os clientes se o programa está obtendo bons resultados, por meio de visitas, avaliando os dados e resultados, revendo os pontos com os gestores da fazenda. E definindo o manejo integrado para controle de todas as infestações que acometem os animais. O objetivo da Vetoquinol é blindar a propriedade do cliente contra as adversidades. E gostamos de ser vistos como equipes de profissionais técnicos, que eles devem procurar frequentemente, sempre que surgirem problemas ou dúvidas", enfatizou Felipe Pivoto, Médico Veterinário e Coordenador de Vendas e Demanda no Rio Grande do Sul.

"Nosso trabalho é examinar todos os fatores que interferem na elaboração do programa. Raças, categoria animal, ambiente, infestação, ciclos, espécies mais prevalentes e as vacinas mais necessárias. Realizar com determinação para chegar a um controle efetivo, posicionar de forma organizada nossos produtos, evitar manejos desordenados, gastos não efetivos e resistência aos ativos. E marcamos presença frequente para reforçar as boas práticas de manejo, a conservação dos equipamentos, indicar as agulhas corretas, as formas de aplicação. Com o objetivo básico de aplicar o Protocolo Vetoquinol, para que o criador tenha confiança em nossos profissionais e nas indicações que eles repassam", reforçou Diego Sepulveda, Médico Veterinário e Coordenador Regional de Vendas.

"Somos produto, entrega de serviços e soluções. Vamos à fazenda, oferecemos protocolos personalizados, linha

de endectocidas, ectoparasitas e terapêuticos para a farmácia das fazendas. Cobrimos bem todas as principais dores dos pecuaristas de corte e leite. E treinamos produtores, revendas, balconistas, funcionários de cooperativas e equipes das propriedades. Capacitando quem efetivamente está no dia a dia com o gado para a fazenda produzir mais e melhor”, resumiu Antônio Augusto Coutinho, Gerente de Marketing da Vetoquinol Saúde Animal.

Os profissionais da Vetoquinol também integraram mais uma etapa do sucesso da 'Jornada Fiprotag 210', bateria de encontros para enaltecer um produto chave da corporação, o brinco mosquicida Fiprotag com ação de até 210 dias para controle da mosca-dos-chifres, por meio de dois princípios ativos. “Já são mais de 60 reuniões realizadas no Brasil. A meta é chegar a 90 encontros, um número para saudar o nosso aniversário global. Mais de dois mil pecuaristas e vendedores de revenda foram impactados, num rebanho estimado em mais de cinco milhões de animais. Informação correta chegando a todos. Enaltecendo uma tecnologia que foi erguida em parceria com a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, com excelentes resultados. E a chance de uma universidade que faz trabalhos reconhecidos em fazendas comerciais. Fiprotag 210' é solução que zera a mosca em até meia hora depois da aplicação e deve ser usado no rebanho inteiro. Para trazer resultado financeiro efetivo. Mais de uma arroba por animal ao fim do tratamento. O que resulta em aproximadamente cem reais por animal. Num rebanho de mil animais, estamos falando em cem mil reais. É o que ofertamos para o produtor ter tecnologia e gestão a seu favor”, enfatizou Coutinho.

O executivo ainda apontou a evolução e os resultados produtivos advindos com os mais de 60 mini-laboratórios que a



VETOQUINOL GLOBAL

- # Presente em mais de 40 países
- # Integrante do Top 10 Mundial das corporações veterinárias
- # 45% do mercado em pets
- # 55% em animais de produção
- # Faturamento de € 540 milhões (2022)

VETOQUINOL BRASIL

- # 85% do mercado em animais de produção
- # 100 profissionais trabalhando exclusivamente na área
- # Mais de 50% de crescimento no market share de pets
- # Empresa avançou 20% no segundo trimestre de 2023
- # 7% do faturamento global em desenvolvimento de produtos e inovação
- # Equipe total de 185 colaboradores
- # Previsão de mais de vinte lançamentos nos próximos anos

Vetoquinol leva a campo para auxiliar os pecuaristas com OPG's. “Vamos ao campo, coletamos as fezes, examinamos, identificamos o parasita e informamos aos criadores se o rebanho está doente e indicamos o produto a ser utilizado para resolver o problema”, reforçou o Gerente de Marketing da Vetoquinol Saúde Animal.

O Encontro Comercial Vetoquinol Centro Sul & Sudeste ainda reservou espaço para ressaltar a linha de suplementos premium Equistro, utilizada por animais das principais raças de equinos em saltos, marca de sucesso absoluto na Europa, a partir da Vetoquinol da França, e que vai comemorar quatro anos com a Vetoquinol Brasil.

Tendências, Desafios e Oportunidades na Comercialização de Produtos Veterinários - O Encontro Comercial da Vetoquinol Brasil reservou um espaço especial para mergulhar no mercado de carnes, grãos, distribuidores de insumos e nas oportunidades que

podem ser armas importantes para as empresas do segmento de produtos veterinários no Brasil e no exterior. Os profissionais da empresa acompanharam a palestra do Engenheiro Agrônomo Fernando De Cesare Kolya, professor da Fundação Getúlio Vargas e Consultor da Markestrat Group, que tratou de um mercado em ebulição na Indústria e Distribuição da área, com forte expansão da pecuária e convergência do segmento com a agricultura, vivenciando choque de gestão, concentração industrial e nas rotas de acesso, expansão e formação de distribuidores regionais e forte pressão por margens e rentabilidade.

Fernando salientou que o Brasil é uma potência no mercado da carne bovina e vai melhorar ainda mais essa performance. Até o fim desta década, o rebanho vai crescer 6%, as exportações irão saltar para 29% do balanço mundial e a produção vai evoluir sistematicamente, com maior eficiência em uma área menor. “O papel da ca-



"Declaramos guerra às moscas na pecuária brasileira".

**JORGE ESPANHA,
DIRETOR REGIONAL DA VETOQUINOL
BRASIL, LATAM E CANADÁ**

- # Nasceu no Rio de Janeiro (RJ)
- # Zootecnista e Pós-graduado em Nutrição Animal | Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
- # AMP - INSEAD França
- # Impact Planning Group Certificate - Columbia University
- # Passagem por Oxitec, Merial, Zoetis, Pfizer
- # Atuou 15 anos no exterior (Espanha, Bélgica e Estados Unidos)
- # Possui mais de vinte e cinco anos de experiência em produtos, *branding* (criação e fortalecimento de marcas), marketing, startups, liderança e formação de equipes de alta performance

deia veterinária nesse contexto será fundamental e vai apoiar a mudança do perfil do produtor brasileiro. Nosso criador é cada vez mais sofisticado. Na carne e no leite. Seguiremos abastecendo a China, aumentando os embarques para o exigente mercado americano, confinando mais e mais animais. O desafio de todos é elevar a produtividade dentro da porteira. Sem brigar com a agricultura. E, sim, com aumento da integração lavoura e pecuária", analisou o especialista.

Fernando De Cesare Kolya indicou que a indústria pode apoiar produtores e distribuidores com venda consultiva, eficiência de produção e clareza dos benefícios oferecidos pelos produtos aos pecuaristas e donos de animais de companhia. "A movimentação é intensa na fazenda, revenda, nas cooperativas e no atacado. Todos querendo produzir mais e aumentar pontos de venda. A Vetoquinol deve atentar para atender bem e positivamente nos pontos de venda, manter clientes, aumentar a fidelidade, elaborar planos claros de atuação, dominar os indicadores chaves do negócio e ajudar o parceiro de negócio", aconselhou.

AR Entrevista

AgroRevenda - 90 anos de Vetoquinol no planeta. É uma trajetória vencedora?

Jorge Espanha - Certamente. Tudo começou em 1933, com o farmacêutico Joseph Frechin e um produto chamado Vetoquinol, que era da linha humana e foi testado para a linha animal. Hoje, estamos na terceira geração da família e o comando está com Matthieu Frechin, o neto do fundador. A corporação firmou presença em 40 países e hoje é uma das oito maiores do mundo no segmento. Atua com robustez, tem uma capacidade financeira enorme e eu tenho muito orgulho de trabalhar nela. Principalmente porque ela vem

fazendo grandes investimentos no Brasil, com relevantes importações de tecnologias da Europa. E é um prazer desfrutar de um ambiente da única empresa familiar independente de veterinária que completou 90 anos. As outras se consolidaram, venderam ou compraram. É uma grande empresa que, realmente, trata seus colaboradores como uma grande família.

AgroRevenda - E a trajetória cumprida no Brasil?

Jorge Espanha - Temos feito um trabalho muito bonito. Chegamos ao país adquirindo o laboratório Farmagrícola S/A (Fagra), em junho de 2011, e depois com a negociação da Clarion Biociências, em 2019. E o que foi feito na Clarion significou uma quebra de paradigmas, com produtos desenvolvidos e a satisfação dos nossos clientes. Temos produtos antiparasitários para cada espécie animal. Uma equipe de quase cem pessoas trabalhando no campo, levando resultado e produtividade para os pecuaristas. Aqueles criadores que cuidam do seu rebanho e vão sobreviver no mercado por causa dos investimentos.

AgroRevenda - E o trabalho vai seguir vencedor?

Jorge Espanha - Sim, porque temos portfólio, fazemos diagnóstico no campo. A empresa é focada em soluções para o produtor rural ser cada vez mais eficiente. Resolvemos problemas de ectoparasitas, moscas, carrapatos. Ajudamos a fazenda a lucrar e crescer em um panorama severo no meio ambiente, que certamente vai permanecer por causa das questões climáticas. E também fazendo companhia e atuando ao lado dos agricultores e pecuaristas que utilizam as tropas de equinos, os atuantes com os cavalos de competição e os tutores que cuidam tão bem dos seus pets.

AgroRevenda - E quais as ambições para 2026?

Jorge Espanha - Temos um planejamento estratégico debatido e definido. A meta é crescer sustentavelmente em áreas-chave para nós, como no caso de pequenos animais, dermatologia, mobilidade; gado de corte, gado de leite; equinos. Segmentos em que desejamos nos firmar cada vez mais como especialistas, ofertando soluções, serviços e produtos.

AgroRevenda - Qual é o futuro da Medicina Veterinária Animal e da Vetoquinol?

Jorge Espanha - Desde que a empresa foi criada na Europa, em 1933, e chegou ao Brasil, em 2011, a tônica é pesquisar, inovar, criar parcerias, investir, crescer, gerar empregos, ajudar a produção e a saúde animal. Amparada com inúmeros lançamentos. E fortalecendo o compromisso com produtores, tutores, revendas, distribuidores, cooperativas, consumidores, enfim, o mercado todo. O mais desafiador agora é que estamos numa nova Era. O fim progressivo da vacinação obrigatória contra a febre aftosa vem alterando demais o mercado e hoje, definitivamente, vivemos a Era da Reprodução. De guerra declarada às moscas na pecuária brasileira. É nesse movimento novo, sustentável e positivo que a Vetoquinol vai atuar, crescer, promover riqueza, produtividade e bem-estar aos animais de produção, de companhia e a um novo ser humano.

AR Entrevista

AgroRevenda - Como é completar 90 anos de trabalho no Agro Mundial?

Antonio Augusto Coutinho - É uma honra participar desse momento. Nove décadas no mundo e doze anos no Brasil. Ao mesmo tempo, temos a convicção de que somos uma empresa ainda jovem, com muito a conquistar, que in-



ANTONIO AUGUSTO COUTINHO,
GERENTE DE MARKETING DA VETOQUINOL
SAÚDE ANIMAL

- # Nasceu em São Paulo – Capital
- # Engenheiro Agrônomo – UNESP de Jaboticabal
- # Mestrado em Administração, Negócios e Marketing | USP
- # Expertise em Produção Animal
- # Mais de 20 anos de experiência e passagem em cinco corporações
- # Quase quatro anos de Vetoquinol

“Somos uma empresa ainda jovem, com muito a conquistar, que investe sem parar em pesquisa e desenvolvimento”.

veste sem parar em pesquisa e desenvolvimento. Para colocar as tecnologias e os resultados dos nossos esforços à disposição do pecuarista, do produtor rural, dos donos de equinos e tutores de cachorros e gatos. E saber que temos apoio total da direção global da França, que vem investindo consistentemente no Brasil para poder levar soluções, serviços e tecnologias que ajudem a produção animal, o bem-estar de rebanhos e pets, além de estratégias de negócios aos parceiros da distribuição e das cooperativas.

AgroRevenda - Qual o papel do Marketing neste novo momento da corporação?

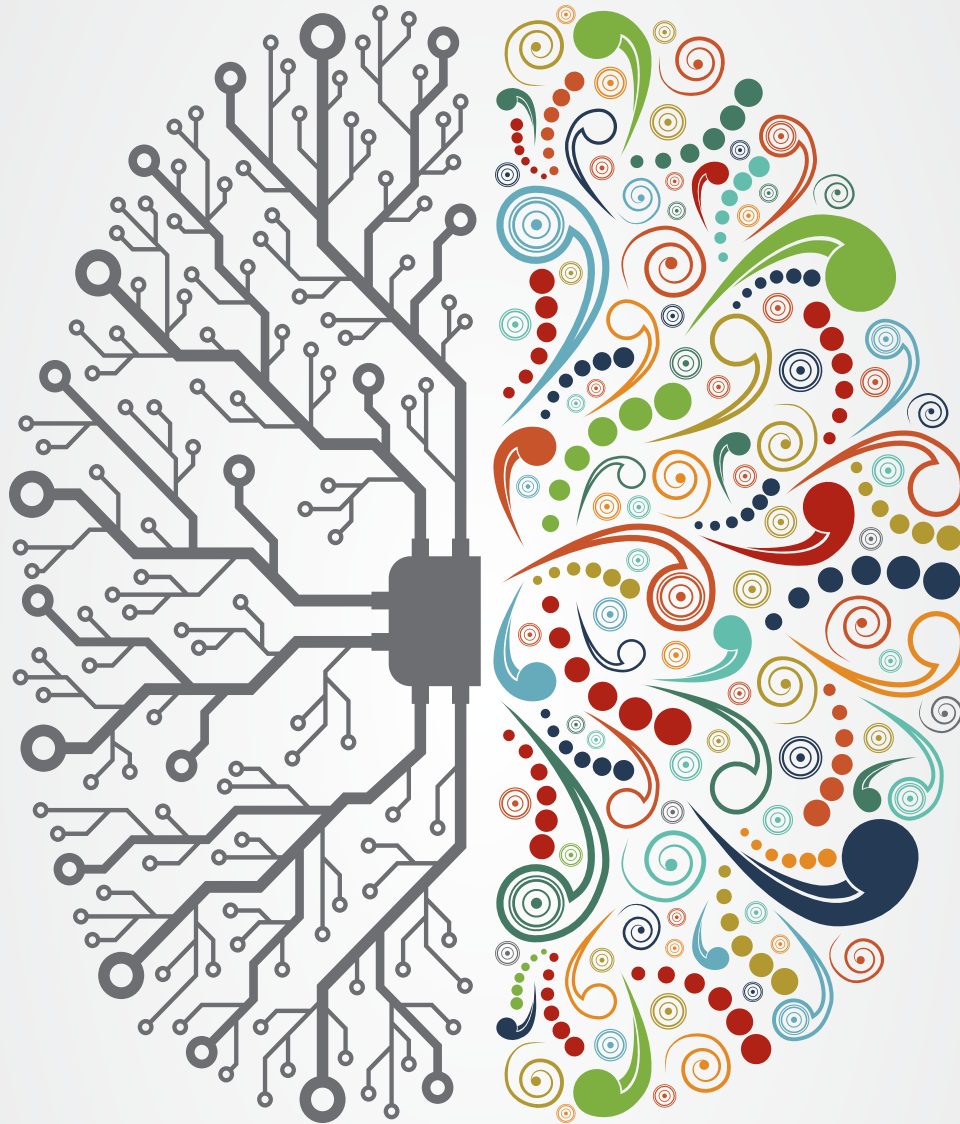
Antonio Augusto Coutinho - Responder por ações e comunicação da empresa em todo o Brasil, seja com grandes animais ou animais de companhia. Fortalecer a marca aqui também na área corporativa, de forma que ela seja lucrativa para consolidar os negócios. Cuidar de posicionamento de marca, comunicar um portfólio robusto e posicionar bem linhas que possuem vários produtos. É um grande desafio, mas temos uma equipe forte, com ge-

rente de produto, gestores técnicos e analistas de Marketing. Cuidamos de toda a comunicação nas duas áreas de animais, colocação estratégica das marcas chaves, destacando nossos produtos e aqueles que importamos da França, a apresentação das tecnologias. Tudo para crescer no mercado brasileiro, com todos os nossos pilares de sustentação.

AgroRevenda - E como vocês estão trabalhando os clientes do campo, das revendas e cooperativas?

Antonio Augusto Coutinho - Temos dois programas de relacionamento em grandes animais e um em animais de companhia. Uma jornada de dois anos de muito sucesso. Trabalhando com os grandes clientes da companhia, ajudando no desenvolvimento dos canais, seja revenda, distribuidor ou pecuarista. Levando tecnologia, serviços e produtos. Para que todos tenham rentabilidade crescente com as nossas marcas consagradas, aumentando a produtividade do negócio deles, a capacidade de gestão e a capacitação e o treinamento das equipes. **AR**

EM TEMPOS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL



HÁ 35 ANOS, TRABALHAMOS
COM INTELIGÊNCIA CRIATIVA.

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



www.publique.com



PUBLIQUEAGÊNCIA
PROPAGANDA & MARKETING
A AGÊNCIA DO AGRONEGÓCIO

35
ANOS

AgrCooperativas

O melhor das Cooperativas Brasileiras



Coopercitrus expande atividades em Goiás e Minas Gerais

nº11
AR101



Coopercitrus expande atividades em Goiás, onde adquiriu lojas da Massey Ferguson, e em Minas Gerais

As duas concessionárias em Goiás entraram em operação em agosto, abrangendo 7 municípios do sudoeste do estado. Mais uma loja está nos planos

Focada em seu plano de expansão, a Coopercitrus – Cooperativa de Produtores Rurais, com sede em Bebedouro (SP), avança em direção ao sudoeste de Goiás, região com forte crescimento na produção agrícola. A cooperativa adquiriu as operações comerciais das concessionárias Massey Ferguson nos municípios de Jataí e Mineiros, até então pertencentes ao cooperado e empresário João Miguel Lima, fundador da Volmaq.

“É uma satisfação muito grande poder entregar uma marca que representamos ao longo de 26 anos a uma cooperativa sólida e estruturada como a Coopercitrus, que conhece as diversidades que o agro tem com as devidas oscilações de mercado. Nossa família é um dos maiores clientes da Massey Ferguson na região e com a vinda da Coopercitrus teremos mais um grande fornecedor de insumos para as lavouras e para pecuária, onde poderemos obter muito mais conhecimentos tecnológicos que a cooperativa já fornece aos seus associados”, afirma Lima.

As operações iniciaram em agosto, oferecendo um portfólio completo Massey Ferguson – líder mundial de maquinários agrícolas – além de peças de reposição e oficina especializada para atender os cooperados com agilidade e eficiência.

“Essa nova operação em Goiás complementa as atuações que já existem no Estado e abre oportunidades de nossos negócios nesta importante região agrícola.”

Fernando Degobbi,
CEO da Coopercitrus



Massey Ferguson é uma das líderes mundiais de máquinas agrícolas: cooperativa adquiriu a concessão das lojas em Jataí e Mineiros

“A Coopercitrus tem uma estratégia clara de integrar soluções para que o produtor encontre em um só lugar tudo o que ele necessita para produzir mais e melhor e essa nova operação em Goiás complementa as atuações que já existem no Estado e abre oportunidades de nossos negócios nesta importante região agrícola do Brasil”, afirma o CEO da Coopercitrus, Fernando Degobbi.

As unidades irão abranger setemunicípios da região: Serranópolis, Aporé, Perolândia, Itajá, Aparecida do Rio Doce, Santa Rita do Araguaia e Lagoa Santa. A Coopercitrus planeja inaugurar mais uma concessionária em Chapadão do Céu.

CAMPO DIGITAL

Com o objetivo de consolidar ainda mais sua atuação em Minas Gerais, a Coopercitrus inaugurou em julho, em Boa Esperança, sua Unidade de Negócios Campo Digital, um modelo inovador de atendimento que combina produtos e serviços de agricultura de precisão aos produtores rurais.

A unidade funciona como um showroom de tecnologia voltado para o campo, proporcionando aos produtores um contato direto com as últimas inovações, como sistemas de piloto automático para tratores e drones, monitoramento via satélite, análise de solo com georreferenciamento, aplicação a

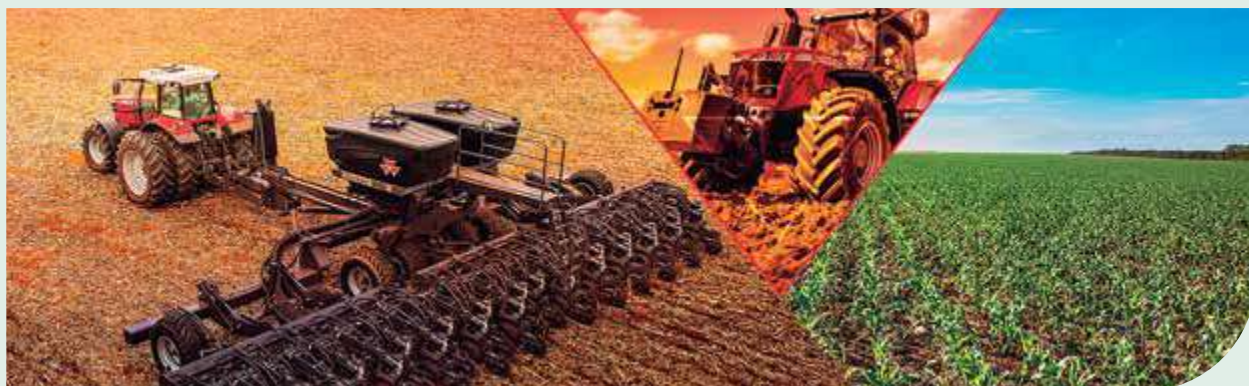


taxa variável e projetos de sistematização de plantio, contando com atendimento especializado.

O produtor rural também encontra um mix de produtos para casa e para o campo, dentre eles sementes, insumos, fertilizantes, defensivos, ferramentas, linha saúde e nutrição animal, pneus, ferragens

e máquinas de pequeno porte.

Além de Boa Esperança, a nova unidade atenderá outros cinco municípios mineiros: Cristais, Coqueiral, Santana da Vargem, Campos Gerais e Campo do Meio, nas principais atividades agropecuárias, como produção de café, cereais, milho e soja. 🌱



Fornecedores da Aurora recebem treinamento sobre boas práticas e leis trabalhistas



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

A Cooperativa Vinícola Aurora, com sede em Bento Gonçalves, na Serra Gaúcha, realizou no final de agosto um treinamento com mais de 100 representantes de fornecedores, com o objetivo de compartilhar informações sobre boas práticas relacionadas ao cumprimento da legislação trabalhista e de direitos humanos. A iniciativa faz parte de um conjunto de ações da cooperativa para combater irregularidades na atuação desses fornecedores.

Foram abordados temas como controle de jornada, pagamento de remuneração e parcelas rescisórias, formalização de documentos trabalhistas, recolhimento de verbas previdenciárias, além de questões éticas e de relacionamento.

O presidente do Conselho de Administração da Cooperativa Vinícola Aurora, Renê Tonello, destaca que

o treinamento integra uma série de iniciativas que a empresa tem realizado para qualificar as relações que mantém com fornecedores e parceiros, com objetivo de torná-las mais éticas e seguras. O dirigente lembra ainda que estas ações fazem parte de um grande trabalho que vem sendo realizado, abrangendo as áreas de compliance e boas práticas agrícolas.

“É fundamental estarmos alinhados com nossos fornecedores, destacando nossa jornada pelo trabalho digno e justo e para que eles estejam cientes de quais são as possíveis consequências caso as empresas não atuem em conformidade. A Aurora tem passado por uma importante revisão de seus processos e um dos grandes objetivos é que toda nossa cadeia produtiva esteja alinhada às melhores práticas do mercado”, ressalta o dirigente.

Tonello ressaltou o caráter preventivo da iniciativa, para que não ocorram problemas futuros. E acrescentou que as próprias empresas contratadas pela Aurora acabam se beneficiando da ação, já que passam ao mercado a segurança de que cumprem todos os aspectos legais.

“Empresas que operam em conformidade precisam se relacionar com outras que também atuam de acordo com as prerrogativas da legislação trabalhista. Em paralelo também estamos investindo na qualificação também entre as mais

de 1,1 mil famílias cooperadas. Desde as condições de alojamento, formas de contratação e condições de trabalho digno”, explica.

Centenário - Rumo ao centenário, que será celebrado em 2031, a Cooperativa Vinícola Aurora vem revisando processos e implementando programas para um futuro organizacional cada vez mais eficiente, inclusivo, sustentável e cooperativo. Para isso, uma série de melhorias permanentes, que vão desde a gestão interna até o acompanhamento da atividade nas propriedades rurais, estão sendo desenvolvidas simultaneamente.

A implementação do novo Programa de Boas Práticas Agrícolas abrange a área do campo e as 1,1 mil famílias cooperadas à Aurora, em 11 municípios da Serra Gaúcha. A iniciativa tem levado aos viticultores as informações necessárias para a melhoria da produção da uva, como a implementação de tecnologias mais modernas de cultivo, a mecanização de alguns processos da safra e a adequação das condições de trabalho orientados nas normas da Organização Internacional do Trabalho. Para esta tarefa, além da qualificação dos agricultores e ainda dos profissionais da equipe Agrícola da cooperativa, foram contratados profissionais especializados na execução deste tipo de projeto, visando à adequação de processos e instalações.

A companhia também vem revitalizando o Programa de Compliance, em parceria



Renê Tonello, presidente do Conselho de Administração da Cooperativa Vinícola Aurora.

com a Escola de Negócios da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR), que possui uma ferramenta customizada para cooperativas. Desde abril, estão sendo revisadas e aperfeiçoadas as normas de governança e compliance, especialmente nos processos que regulam as relações com colaboradores, parceiros e terceirizados. Esse projeto está em andamento, com a conclusão de todas as etapas prevista para o ano de 2024.

Pedido de Desculpas - A diretoria da vinícola Aurora divulgou, em março, carta aberta pedindo desculpas pelos acontecimentos envolvendo sua relação com a empresa Fênix Serviços Administrativos e Apoio à Gestão de Saúde. A Fênix está sendo investigada, desde fevereiro, por manter trabalhadores em situação análoga à escravidão, em Bento Gonçalves.

A vinícola afirmou estar “profundamente envergonhada” e pediu “mais sinceras desculpas aos trabalhadores vitimados pela situação”. Ao todo, 207 homens contratados para trabalhar na colheita da uva foram resgatados de um alojamento em Bento Gonçalves, onde eram submetidos a condições degradantes e situação semelhantes à escravidão. Eles foram contratados pela Fênix, que

prestava serviço para as vinícolas Aurora, Cooperativa Garibaldi e Salton.

“Os recentes acontecimentos envolvendo nossa relação com a empresa Fênix nos envergonham profundamente.

Envergonham e enfurecem. Aprendemos com aqueles que vieram antes que, sem trabalho, nada seríamos. O trabalho é sagrado. Trair esse princípio seria trair a nossa história e trair a nós mesmos”, diz a carta publicada no site da empresa. 🌱



VINÍCOLA JÁ RECEBEU MAIS DE 100 MIL VISITANTES

Só nos primeiro seis meses deste ano, a Cooperativa Vinícola Aurora recebeu 100 mil visitantes em suas três unidades, em Bento Gonçalves, no Vale dos Vinhedos e em Pinto Bandeira, na Serra Gaúcha. O público no primeiro semestre repete o que foi registrado no mesmo período do ano passado. Já a projeção é de que até dezembro o fluxo de visitantes supere em 20% o de 2022, chegando a 241,8 mil turistas.

Entre os principais estados de origem dos visitantes do primeiro semestre estão moradores do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo. No período, a cooperativa também recebeu turistas do Uruguai, Paraguai, Estados Unidos e França.

Os meses de junho e julho re-

presentam, historicamente, 20% do fluxo total de visitantes do ano, superando a própria vindima (janeiro, fevereiro e março) e o final do ano (novembro e dezembro). Neste ano, a alta temporada de inverno deve fechar com uma expansão de 10% frente ao mesmo período de 2022.

“Estamos sempre planejando novidades e melhorias em nossas experiências enoturísticas. Para o segundo semestre teremos grandes mudanças no roteiro Aurora Città, junto a unidade matriz, para oferecer mais conforto aos visitantes”, antecipa Ana Maria de Paris Possamai, gerente de Turismo da Cooperativa Vinícola Aurora.

A Aurora é pioneira no enoturismo no país. Começou suas atividades em 1967 e hoje oferece 10 diferentes tipos de experiências em suas três unidades.

Copacol cria centro para fortalecer a produção avícola

Cooperativa implantou CTA em Cafelândia (PR) com foco em pesquisa, testes de manejo e transmissão de conhecimento



CTA foi construído em Cafelândia, onde a Cooperativa está sediada: estrutura moderna para testes de manejo e treinamentos

Para avançar no compartilhamento de conhecimento entre cooperados e colaboradores, a Copacol (Cooperativa Agroindustrial Consolata) acaba de implantar o CTA (Centro de Treinamento Avícola), em Cafelândia (PR).

A estrutura composta pelo que há de mais moderno na atividade visa testar manejos considerados exemplares, repassar o conhecimento aos avicultores e, desta maneira, atingir elevados índices zootécnicos, com melhores conversões alimentares e redução da mortalidade.

“O CTA é um espaço privilegiado para conhecermos o que existe no mercado, tanto em tecnologia, quanto em manejo dentro dos aviários. Com parceiros da Cooperativa vamos

desenvolver pesquisas que resultarão em avanços significativos nas propriedades, capacitando a mão-de-obra e facilitando o acesso às ferramentas que realmente garantem eficiência produtiva”, afirma o diretor-presidente da Copacol, Valter Pitol.

São 3.544 metros quadrados de área construída: um aviário-escola onde serão testadas tecnologias inovadoras; sala de aula para os cursos; alojamento com 14 vagas para recepcionar visitantes; refeitório; e uma moradia para o granjeiro que ficará responsável pela granja.

Em parceria com o Senar (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural), os cursos realizados no CTA terão instrutores mestres e doutores na área. A formação atenderá

as necessidades do campo, do alojamento até a entrega dos frangos. “O espaço será uma vitrine para conhecer o que há de mais avançado no mercado para o setor. Controle de painéis, manutenção preventiva e elétrica básica para aviários estão entre as capacitações contínuas. Esse é um passo transformador na avicultura da Copacol. Vamos testar e comparar equipamentos, além de resultados exemplares na Cooperativa, que serão compartilhados com os demais cooperados”, afirma o superintendente de Produção da Copacol, Irineu Dantes Peron.



O presidente da Cooperativa, Valter Pitol: qualificação de mão-de-obra e acesso a ferramentas para aumento de eficiência

Diversificação - A Copacol foi a primeira cooperativa do Oeste do Paraná a implantar a avicultura como opção de diversificação de renda nas propriedades. A atividade foi a alternativa para garantir a sustentabilidade dos negócios, após uma estiagem que afetou a produção de grãos em 1978, fator determinante que levou a Cooperativa a investir em incubatório, matrizeiros e na Unidade Industrial de Aves, em Cafelândia, que iniciou o processamento em 5 de maio de 1982, dando partida ao modelo de negócio responsável hoje por 60% do faturamento bruto da empresa.

Com 749 cooperados - 1.237 aviários - que seguem de maneira criteriosa as orientações de manejo, bem-estar e sanidade, a Cooperativa tem uma produção diária que ultrapassa 700 mil aves nas duas plantas industriais: Cafelândia e Ubitatã.

Eficiência - A média geral de todos os avicultores que entregaram frangos à Copacol no primeiro semestre deste ano foi de 400 pontos de IEP (Índice de Eficiência Produtiva) - a maior da história da Cooperativa, o que comprova toda atuação relacionada a medidas sanitárias, genética e de manejo. O CTA é a nova ferramenta para o crescimento técnico pensando no melhor resultado a campo.



Unidade de Grãos construída em Marcianópolis: investimentos incluem novas unidades na região

“Com esse compartilhamento de ideias, o resultado estará em cada uma das granjas que fazem parte da integração Copacol. O CTA também passa a concentrar pesquisas realizadas em parceria com universidades e empresas afim de otimizar técnicas e validar produtos. Esse teste de eficiência garante a excelência do processo produtivo”, complementa o gerente de Integração Aves, Douglas Silva.

Unidade de Grãos - Os cooperados da Copacol também contam, desde o início de julho, com uma nova Unidade de Grãos

e Insumos em Marcianópolis, no Sudoeste do Paraná. Além dessa, outras unidades da cooperativa estão em construção em Flora da Serra (Realeza), Nova Esperança do Sudoeste e Nova Prata do Iguaçu, também na região.

Prestes a completar 60 anos, a Copacol é formada por 7,8 mil cooperados e 16 mil colaboradores. Além do elevado potencial produtivo de grãos, a diversificação de atividades torna a Cooperativa uma referência no setor agroindustrial, com produção de aves, suínos, peixes e leite. 🌱



Profissionais de coops cursam pós em pecuária de leite

Curso reúne profissionais de nove cooperativas brasileiras e vai durar 18 meses, com encontros mensais presenciais e à distância



Participantes do curso reunidos no Parque de Exposições da Coopavel: parte presencial das aulas será realizada na cooperativa

Quarenta e cinco profissionais iniciaram uma pós-graduação em Pecuária Leiteira organizada pelo Sescop em parceria com a Unicoop, a Universidade Coopavel, e a Rehagro. São médicos veterinários, agrônomos e zootecnista ligados a algumas das maiores cooperativas do Paraná e do Brasil – C. Vale, Copacol, Frísia, Castrolanda, Coamig, Primato, Agrária, Coagro e Coopavel.


Com 18 módulos, a especialização tem aulas presenciais (oito módulos com 128 horas) e on-line (dez módulos com 232 horas). Os conteúdos vão

ser vencidos em 18 meses com encontros mensais – sempre em um fim de semana do mês. As aulas serão alternadas: num mês serão presenciais, no parque do Show Rural, em Cascavel, e no outro on-line, sempre com conteúdos repassados ao vivo pelos professores.

O programa da pós-graduação tem inúmeros diferenciais, tudo para potencializar o aprendizado dos inscritos, destaca o gerente da área Pecuária da Coopavel, o veterinário Cezar Leopoldo Szeikut. Um deles é possibilitar aos alunos elaborar projetos para fazendas reais, sempre

com o devido acompanhamento técnico, e contato com metodologias voltadas à melhoria da gestão e de aumento na produtividade de sistemas de pecuária leiteira.

Os conteúdos da especialização foram cuidadosamente selecionados e são os seguintes: Gestão de pessoas e equipes; Princípios de nutrição para formulação de dietas; Criação eficiente de animais jovens; Estratégias nutricionais para o período de transição; Formulação de dietas; Manejo de lavoura de milho a alto rendimento de silagem; Projeto aplicativo (como fazer e apresentar um projeto em pecuária de leite, passo a passo à evolução do rebanho); Recentes avanços em conservação de forragens.

E mais: Forrageiras de inverno para pastejo e produção de silagem ou pré-secado; Instalações para sistemas de produção de leite; Gestão da eficiência reprodutiva em rebanhos leiteiros; Melhoramento e estratégias genéticas em rebanhos leiteiros; Estratégia para prevenção e controle da mastite; Pré-apresentação – diagnóstico e evolução; Efeito do sistema de ordenha na qualidade do leite e saúde da glândula mamária; Programas de saúde em rebanhos leiteiros e Gestão econômica e financeira. Há também módulos específicos para a apresentação do projeto técnico e de análises econômica e financeira. 



Parque de Exposições da Coopavel: mostra de tecnologia para culturas de inverno

Show Rural de Inverno da Coopavel recebe 36 mil visitantes

O Show Rural Coopavel de Inverno, realizado pela cooperativa em Cascavel (PR) de 20 a 24 de agosto, recebeu 36 mil visitantes e se credenciou como um dos principais eventos voltados a culturas de inverno, especialmente o trigo. Realizado no parque de exposições da Coopavel, contou com 40 expositores, considerando as empresas do Espaço Impulso, hub de inovação para o agronegócio.

Os visitantes tiveram contato com informações sobre essas culturas, tecnologias e inovações para produtores elevarem sua produção, com menores custos e mais sustentabilidade. Entre os destaques do evento ficaram a participação das mulheres, através do Cooperelas, e as palestras “Lavoura da carne”, do veterinário Eduardo Madruga, da Tortuga, e “O nosso DNA é

cooperativista”, com a professora e consultora Helda Elaine.

No fechamento do evento, o presidente da Coopavel, Dilvo Grolli, agradeceu aos expositores, parceiros, visitantes e equipe da cooperativa. “Todos contribuíram para o sucesso dessa edição”, destacou o dirigente, ao se referir à mostra de tecnologia como o maior palco para o trigo e as culturas de inverno do Brasil. 🌱

A importância do ato cooperativo

Luiz Vicente Suzin*



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

O adequado tratamento ao ato cooperativo, conferido pela legislação, foi o que permitiu conduzir o cooperativismo brasileiro a um patamar seguro de expansão e crescimento. Essa conquista foi possível graças ao apoio da Frente Parlamentar do Cooperativismo (Frencoop) no Congresso Nacional que, desde 1986, lidera as negociações em defesa, no Poder Legislativo Federal, do cooperativismo como uma das principais alternativas de inclusão produtiva e de transformação de vida das pessoas. Nesse período, foi ampliada a articulação e a influência do cooperativismo no Congresso, robustecendo o movimento cooperativista como gerador de oportunidades para milhões de brasileiros e sensibilizando autoridades dos três Poderes para a

importância de se garantir um ambiente jurídico e econômico favorável ao desenvolvimento do setor.


O Ato Cooperativo, previsto na Lei Geral do Cooperativismo, é a base para aspectos societários, contábeis e tributários das cooperativas. Sua origem, o conteúdo previsto na Lei 5.764/1971 que define a Política Nacional de Cooperativismo e sua dimensão nos diversos ramos do cooperativismo, dão a dimensão do Ato Cooperativo, que tem sólidos fundamentos históricos e filosóficos. Em Santa Catarina, o ato cooperativo é particularmente fundamental para os ramos agropecuário, crédito, transporte, trabalho-produção de bens e serviços, saúde, consumo e infraestrutura.

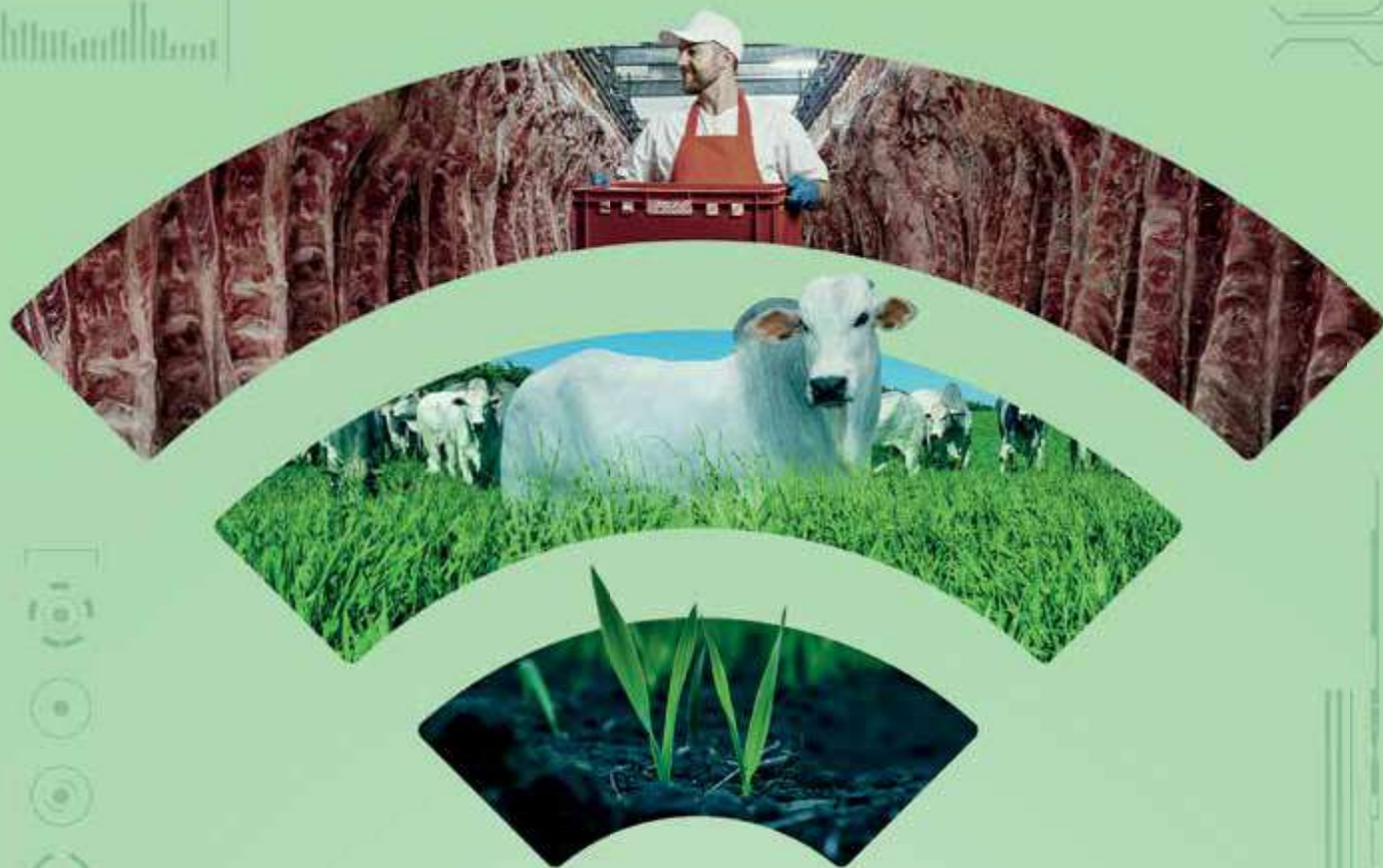
As cooperativas criam e mantêm postos de trabalho gerando renda. São elas as responsáveis pela produção e abastecimento de alimentos e serviços de qualidade aos seus membros, assim como às comunidades nas quais operam. Exemplo altissonante é Santa Catarina, onde atuam 250 cooperativas que reúnem 3,9 milhões de associados. Juntas, elas faturaram, em 2022, R\$ 82,8 bilhões. Dedicadas à produção de grãos, carnes e leite existem 49 cooperativas agropecuárias com 81.629 associados que tiveram receita operacional bruta de R\$ 56,5 bilhões em 2022, um crescimento de 15,7% em relação ao ano anterior. É o segmento mais intensivista em mão-de-obra; representa 65% dos empregados de cooperativas e 68% das receitas totais

do sistema.

O cooperativismo é um modelo evoluído de associativismo porque é uma associação de pessoas – não de capitais – com objetivos comuns que respeitam um conjunto de princípios universais. Através das mais variadas atividades, as cooperativas são agentes sociais e econômicos relevantes da economia nacional, e, deste modo, não somente transformam o desenvolvimento pessoal em uma realidade, como contribuem para o bem-estar de toda a população.

Por outro lado, as cooperativas são grandes parceiras da Administração Pública. Durante a pandemia elas foram fundamentais em ações de apoio aos programas de defesa sanitária, proteção social e assistência aos mais vulnerabilizados. A Assembleia Legislativa de Santa Catarina, inspirada na Frencoop, criou em 2015 a Política Estadual de Apoio ao Cooperativismo com o objetivo de fomentar mecanismos para estimular o desenvolvimento da atividade e incentivar parcerias e convênios entre órgãos públicos e privados.

Por todas as razões expostas, os parlamentares federais foram justos ao preservar, na proposta de reforma tributária aprovada na Câmara dos Deputados, os aspectos legais e jurídicos do Ato Cooperativo. Espera-se que os senhores senadores tenham o mesmo discernimento quando a proposta for analisada pela Câmara Alta do Congresso. 



**COM A
BRACHIARIA
HÍBRIDA
MAVUNO,**



**A PECUÁRIA
DE CORTE
VAI MUITO
MAIS LONGE.**



**50% a mais em
taxa de lotação**



**Maior tolerância
às pragas e à seca**



**50% a mais em
ganho de peso/ua**

*

A evolução da pastagem que transforma a pecuária.
loja.wolfsementes.com.br

*Dados obtidos ao longo de 8 anos por mais de 20.000 produtores rurais no período das águas, com áreas em condições ideais de manejo.


WOLF
SEMENTES

Congresso ABAG 2023, o desafio do protagonismo



RESSO
RO DO
SOCIO

[B]

PRODUTIVIDADE

SUSTENTABILIDADE

INICIATIVA DE NEGÓCIOS

ENERGIA PÚBLICO-PRIVADA

Economia, produtividade, sustentabilidade e governança

abag

A sustentabilidade e a produtividade não são apenas temas para o futuro. São temas para o presente. Com a liderança de Paulo Sérgio de Oliveira, o setor de energia pública-privada está pronto para enfrentar os desafios do futuro.

Presidente do Conselho de Administração da ABAG

Logos of various sponsors and partners, including B3, Itaú, and others.

Panel of three men sitting on a stage, each with an 'abag' logo in front of them.

Man standing at a podium on the stage, speaking into a microphone.



“Precisamos utilizar nossa habilidade para navegar entre ocidente e oriente, em um período no qual a colaboração começou a ser substituída por sanção. E, o Green Deal é o eixo central que, ao invés de incrementar oportunidades, tem trazido imposições”, afirmou, referindo-se ao Pacto Verde Europeu. O G7, grupo formado por 7 dos mais ricos do mundo, vem perdendo neste século o domínio da produção agrícola.

O vice-presidente da República, Geraldo Alckmin, participou remotamente da abertura do congresso e destacou a importância da parceria entre a indústria e o agronegócio. “Quanto mais forte o agro, mais ajuda a indústria, e quanto mais desenvolvida for a indústria, mais tecnologia para o agro”, disse. Alckmin afirmou também estar otimista sobre o acordo de livre comércio entre o Mercosul e a União Europeia e que o Brasil lidera hoje o combate mundial contra as mudanças climáticas.

O governador de São Paulo, Tarcísio Gomes de Freitas, ressaltou a importância da regularização fundiária e da integração das propriedades rurais no Cadastro Ambiental Rural (CAR). “O CAR será mais efetivo quanto mais automático for, e esse é nosso objetivo para conseguir cadastrar todos as 415 mil propriedades rurais, a fim de ter acesso ao crédito mais barato.” Ele argumentou que é preciso garantir segurança jurídica para quem precisa trabalhar.

Segundo Tarcísio, São Paulo fará o resgate da malha viária do estado para escoamento de safra, lançará o primeiro reformador para produção de hidrogênio a partir do etanol e ampliará a conectividade nas áreas rurais.

O governador disse o agronegócio brasileiro é exemplo para todo mundo.

“Temos orgulho do agro brasileiro, que é tecnificado e sustentável. Aqui temos condições de aumentar a área de produção sem derrubar uma árvore sequer (revitalizando áreas de pastagens degradadas). O Brasil tem também o Código Florestal mais minucioso do mundo”.

Ele reforçou que o Green Deal é resultado da preocupação dos europeus com a força do agro do Brasil e que suas medidas são uma forma disfarçada de protecionismo. “Esse é um desafio enorme para a nossa diplomacia”, acrescentou. E elogiou as importantes reformas que o Brasil vem conseguindo fazer, como a Tributária e da Previdência, e os marcos legais.

NOVA ORDEM

Já o ministro da Agricultura e Pecuária, Carlos Fávaro, retomou a importância de valorizar o agronegócio nacional e seus avanços num contexto de mudanças mundiais. O mundo todo exalta suas inovações, com destaque para a Ásia, e o Brasil precisa fazer o mesmo. “Não devemos ter síndrome do vira-latas”, observou.

O país fez uma verdadeira revolução no campo nas últimas décadas graças à ciência e tecnologia, ressaltou Fávaro. De um país importador de alimentos, passou a ser um líder global no fornecimento de comida. “O que mais nos orgulha é que a nossa produtividade cresceu, em 50 anos, cerca de 500%. Ninguém no mundo tem essa capacidade. Nesse mesmo período, a área cultivada cresceu 140%”, comparou. “O desenvolvimento sustentável da agropecuária brasileira pode e vai ser a salvação alimentar para o mundo.”

O objetivo do Brasil é incorporar, nos próximos dez anos, mais 40 milhões

de hectares aos 65 milhões de hectares utilizados para a produção de alimentos atualmente. E para isso não precisará avançar sobre áreas de florestas, mas sim recuperando áreas degradadas de pastagens. Esse é um projeto que o governo federal tem levado ao mundo, em busca de financiamentos internacionais.

A recente missão de autoridades e líderes do agro ao Japão e Coreia do Sul e a países árabes teve o projeto da recuperação de áreas como um dos principais temas. Autoridades visitadas demonstraram interesse em financiar a iniciativa, destacou o ministro, que liderou a comitiva brasileira. “Qual é o papel da agropecuária brasileira para gerar crescimento, economia e oportunidades? Crescer de maneira sustentável sem precisar derrubar a floresta, que é um ativo ambiental e essa é a nossa grande vocação”, disse Fávaro.

O ministro afirmou ainda que o governo federal tem planos de investir em projetos de infraestrutura, através de iniciativas próprias ou incentivando investimentos privados.

Gilson Finkelsztain, CEO da B3, enfatizou que, apesar do crescimento contínuo da capacidade de produção do agronegócio brasileiro nos últimos anos, ainda há muito a evoluir, especialmente em governança, inovação e investimento, área de atuação da B3 que, ao interligar o agro e o mercado de capitais, posiciona-os como importantes aliados no desenvolvimento e evolução do setor como um todo.

Essa aproximação é confirmada em números. Neste ano foi realizado o registro de mais de 100 mil CPRs (Cédula de Produtor Rural), com mais de R\$ 216 bilhões em estoque, enquanto no ano passado foram registradas apenas

110 mil CPRs. “Essas CPRs trazem segurança, transparência do mercado e para os produtores e, na ponta final, se traduzem em maior facilidade de análise de crédito, além de redução de custo de captação para quem toma dinheiro. É uma das muitas formas inovadoras de funding do agronegócio surgidas nos últimos anos”, afirmou.

A solenidade de abertura contou com as participações do governador de Goiás, Ronaldo Caiado, da senadora Tereza Cristina, do deputado federal Pedro Lupion, presidente da Frente Parlamentar da Agropecuária (FPA), do presidente da ApexBrasil, Jorge Viana, e do presidente da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), João Martins.

AR



Luiz Carlos Carvalho, presidente da ABAG: tecnologia, inovação e políticas públicas.

O agro está mais coeso do que se imagina

O presidente da ABAG, Luiz Carlos Corrêa Carvalho afirmou em entrevista ao Grupo Publique que três pontos ficaram evidenciados no 22º Congresso Brasileiro do Agronegócio. O primeiro é que o todos puderam ver o quanto o agro está mais coeso do que se imagina. O segundo é que é preciso correr, porque as mudanças ocorrem fora do compasso do dia a dia. “O terceiro ponto é o quanto a gente é bom no mundo tropical em inovação e o quanto melhoramos em governança”, explicou.

Carvalho destacou também que a questão geopolítica maltrata a todos e que é preciso aprender

constantemente, em meio a um processo de fragmentação global. “Todos têm que buscar se ajustar e entender o processo e isso é algo que nos atormenta. Porque o Brasil, como um país emergente, tem, dado o seu protagonismo, que se posicionar como protagonista. Não dá para ficar esperando as coisas virem impostas. Agora mesmo estamos discutindo sobre o timing, qual é o timing? A consideração é que a Comunidade Europeia já soltou o seu padrão. Nós somos contra, mas devíamos ter discutido isso três anos atrás.”

O presidente da ABAG considera grave o fato de a sociedade brasileira de uma forma geral não

tem muita consciência da relevância do peso do agro. Do quanto o Brasil é importante. E que os outros países tentam, de alguma forma, tirar nosso tapete. “A sociedade às vezes acaba ajudando esses países a tirarem nosso tapete”, reforçou.

“O Brasil tem um desenvolvimento da ciência tropical, diferentemente de outros países que adaptaram a ciência temperada e não possuem a mesma competitividade. Precisamos liderar a regulamentação do mercado de carbono, além da produção de alimentos e energia. Por isso, é importante desenhar uma visão com foco nesse objetivo”, finalizou Carvalho.

AR

Inovação e conectividade são essenciais

A inovação é uma realidade concreta no agronegócio do Brasil. A chamada Agricultura 4.0 pode ser vista nas máquinas, equipamentos, implementos e também na negociação dos produtos da agropecuária. O tema foi aprofundado no painel Inovação e Mercados.

“O mundo conta hoje com 8 bilhões de pessoas, sendo 800 milhões em insegurança alimentar. Com inovações é possível aumentar a produção e dar maior acessibilidade a um público que hoje não tem essa opção. Esse é o motor com o qual construímos mercados e o futuro”, afirmou o vice-presidente da ABAG, Ingo Plöger.

O vice-presidente da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), Alexandre Bernardes, observou que o agro vem passando por uma revolução contínua, com foco em maior eficiência na produção de alimentos para ao mundo. “A conectividade é hoje o oxigênio para essa transformação. Hoje não conseguimos dar o próximo passo de produtividade se não houver essa interligação”, salientou.

Juca Andrade, vice-presidente de Produtos e Clientes da B3, falou sobre a importância de fortalecer os empreendimentos dentro e fora da porteira com inovação. Segundo ele, hoje há 420 empresas negociadas no mercado de ações, com um market cap de R\$ 4,3 trilhões. Do setor agro há cerca de 30 empresas, com market cap de R\$ 650 bilhões, o que revela um universo ainda a ser explorado.

Andrade citou o Fiagro, fundo de financiamento do agronegócio, também com bastante espaço para crescer, revelando a força e representatividade do setor. “Hoje temos 35 Fiagros listados na B3 com um patrimônio de R\$ 8 bilhões e cerca de 300 mil investidores”, frisou.

Um mercado em crescimento precisa de proteção é o setor de seguros, segundo Pablo Ricoldy, diretor da Brasil-Seg. Ele apontou o dinamismo do setor e ressaltou a importância do seguro, não apenas em relação à questão financeira, mas à tranquilidade proporcionada ao produtor e à indústria, abrindo novos espaços de investimento.

“Entre 16% e 18% da área do Brasil é segurada. Há um espaço muito grande para crescer e, conseqüentemente, uma responsabilidade das empresas em expansão, oferecendo ao segmento de seguros todo um ecossistema de proteção.”

CADEIAS PRODUTIVAS

No painel Cadeias Produtivas e Inovação, os debatedores destacaram como fundamentais para o país um ecossistema colaborativo entre as cadeias produtivas, os institutos de pesquisa e a academia e os investimentos em inovação. Só assim o Brasil poderá atender as demandas dos consumidores, outros países e do mercado financeiro por informações sobre a produção sustentável do agronegócio.

“Quando se trata de inovação na indústria, pensamos em novos produtos e tecnologias, mas precisamos

ir além, pois apenas os produtos não são mais suficientes. A digitalização e o papel dos dados têm sido pontos chave”, argumentou Malu Nachreiner, CEO da Bayer Brasil.

A Bayer e a Embrapa mantêm o programa PRO Carbono, que busca compreender as práticas sustentáveis que levam a maior produtividade, menor pegada de carbono e maior sequestro de carbono, de 1,9 mil produtores rurais de todo o país. “Os agricultores estão ávidos por inovação, e estamos trabalhando em conjunto para conhecer todos esses aspectos”, acrescentou Nachreiner.

O CEO da Varda, Davide Ceper, concorda que sem dados é impossível ter transparência e atender as atuais demandas por informação. Ao trabalhar com dados confiáveis, o Brasil dá visibilidade a práticas sustentáveis e impulsiona o agro a ser ainda mais



sustentável e produtivo. A digitalização, afirmou Ceper, aumentará as aplicações de agricultura de precisão e de outras tecnologias para mostrar como é feito o cultivo e qual é a pegada de carbono da plantação.

A presidente da Embrapa, Sílvia Massruhá, foi a mediadora do painel, que contou com a participação do CEO da Sonda Brasil, Ricardo Scheffer, para quem a tecnologia já é uma realidade no agro e uma aliada fundamental para o crescimento do negócio e da economia.

“A principal discussão é como, efetivamente, levar essa tecnologia ao campo. Existe uma oportunidade de 75% de cobertura do agro em território nacional com algum nível de carência de comunicação de dados. Como levar a tecnologia para o campo sem essa conectividade? Esse é um grande desafio”, afirmou Scheffer.

O presidente do Conselho de Administração da Cocamar, Luiz Lourenço, também participou do painel e ressaltou que os pequenos e médios produtores precisam contar com tec-

“A conectividade é hoje o oxigênio para essa transformação. Não conseguimos dar o próximo passo de produtividade se não houver essa interligação.”

Alexandre Bernardes,
vice-presidente da Anfavea

nologia e práticas sustentáveis e serem inseridos na chamada revolução digital. O cooperativismo, segundo ele, é indispensável para esses produtores, porque levam além de recursos, também apoio técnico e comercial. “É como uma luz suficiente para que ele possa enxergar os problemas e buscar soluções”, resumiu. Lourenço falou também do sistema

de Integração Lavoura-Pecuária-Floresta (ILPF), no qual a Cocamar, com sede em Maringá (PR), tem tradição e mantém um robusto programa de capacitação de produtores. O ILPF é um modelo de produção inteligente que eleva a produtividade das pastagens, integrando culturas e trazendo resultados positivos ao produtor a médio e longo prazo. **AR**



Debate sobre cadeias produtivas e inovação destacou que o desafio é levar tecnologia ao campo mesmo sem a conectividade necessária



Pavilhão de Exposições da ExpoFlora, em Holambra (SP)

Economia verde não tem volta

O Brasil é uma potência agro-ambiental e precisa participar de maneira estratégica da transição energética global. Essa foi uma das conclusões do painel Geopolítica e Governança, do 22º Congresso Brasileiro do Agronegócio, mediado pelo jornalista William Waack.

“A transição para a economia verde não tem mais volta, mas, como qualquer mudança nessa magnitude vai haver retrocessos no meio do caminho. Não podemos deixar que isso nos iluda, são apenas freios de arrumação. Transitar para a economia verde é algo complexo, trabalhoso, com

algumas medidas que são mais drásticas e outras menos”, afirmou Roberto Azevedo, ex-diretor-geral da Organização Mundial do Comércio (OMC).

Na avaliação de Azevedo, as políticas ambientais redistribuem um custo na economia e necessariamente encarecem o parque produtivo e, para equalizar a situação com o mercado interno, pode haver um encarecimento do produto importado. Comentou também que não existe investimento no âmbito empresarial de países desenvolvidos que não se leve em conta as emissões de carbono.

Outro ponto importante trazido pelo diplomata foi a importância de se ter uma visão integrada sobre essa transição para a economia verde, a fim de o país participar e ajudar na definição do marco regulatório global. “Precisa se entender quais os rumos que o mundo está seguindo para potencializar essa contribuição.”

O presidente executivo da Indústria Brasileira de Árvores (IBA), Paulo Hartung, afirmou que há ameaças e oportunidades para o agro brasileiro nesse contexto de mudanças. “A maior ameaça ao Brasil é questionar uma realidade que estamos vivendo no mundo. A



emergência climática é um desafio que antecede a pandemia. Se olharmos a realidade, vamos montar um plano de voo que vai nos permitir não só enfrentar os desafios, mas há um mundo de oportunidades para o Brasil.”

O país tem, segundo Hartung, uma matriz energética diferenciada em relação ao mundo, com sol e ventos constantes a uma experiência notável com biomassa em processo de evolução. “Há desafios sim, mas há uma série de oportunidades como terra passível de ser convertida para a produção de alimentos sem derrubar floresta nativa”.

Na avaliação do executivo, há um novo arranjo no mundo que, junto com a transição energética e emergência climática, traz desafios para o Brasil. “Precisamos ter um ativismo compati-

vel com o tamanho das potencialidades do país, fazendo com que o mundo nos conheça pelo que somos”.

Para o presidente do Conselho Consultivo da Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA) e ex-ministro da Agricultura, Francisco Turra, o agro é a força no tabuleiro de xadrez no âmbito da geopolítica. “O mundo deveria olhar para o Brasil, um santuário na seara da produção alimentar. O Brasil vende mal e os atores envolvidos, entre eles o Congresso, precisam participar mais para fomentar os acordos bilaterais com o envolvimento de entidades e poderes e não tarefas individuais. Quando há falha, falhamos todos”, argumentou Turra.

“Temos tudo para oferecer melhores imagens de produção de alimento, produção limpa de energia, de combustíveis como o biodiesel. O Brasil precisa mostrar condições incomparáveis, com responsabilidade ambiental e tenho certeza que, mudando narrativas, nos envolvendo mais, discutindo e vendendo mais vamos chegar a algum lugar com acordos multilaterais a condições mais justas”, pontuou Turra.

GOVERNANÇA E PERSPECTIVAS

Participante do painel Governança e Perspectivas, a head de Business & Sustainability no Brasil e LATAM da Syngenta, Grazielle Parenti, afirmou que focar em governança é dar transparência e visibilidade para construir credibilidade, mostrando o protagonismo do agro e como o setor é estratégico e sustentável. “Os critérios ambientais e sociais deverão ser os padrões do mercado e precisamos falar sobre agricultura tropical para aproximar a conversa do campo com a cidade”, destacou a executiva.

O presidente do Conselho de Ad-

ministração da Jacto, Ricardo Nishimura, reforçou a importância da governança para harmonizar e equacionar questões fundamentais para o agro, a fim de criar um propósito de longo prazo e conseguir avançar. “Precisamos trazer esse alinhamento interno para estabelecer métricas e visualizar o que queremos. Inovação, produtividade, sustentabilidade e a rentabilidade do produtor são variáveis que caminham juntas, mas é preciso integrar agendas e falar sobre o Brasil como potência na produção de alimentos e o cuidado que o país tem com o meio ambiente”.

Paulo Souza, presidente da Cargill, chamou a atenção para a urgência de se estabelecer uma visão voltada para investimentos constantes, um marco regulatório claro e previsibilidade sobre aprimoramento da infraestrutura. “Temos uma safra recorde, mas isso traz algumas preocupações como a falta de armazenagem e logística.”

Sousa acrescentou que, apesar da importância do setor para alimentar o mundo, o país precisa resolver o tema do desmatamento ilegal, que fere a imagem do agro nacional em termos ambientais e pode resultar em barreiras comerciais. “Temos o Código Florestal há 11 anos, mas ainda falamos em erradicar o desmatamento ilegal em 2030.”

Nishimura acrescentou ainda que é preciso combater ilegalidades, certamente, mas também é necessário avançar em governança de alto nível, como setor e governo. “Somos uma agricultura de milhares de pequenas e médias propriedades, por isso, elevar as boas práticas é fundamental, já que a pressão vai aumentar”. **AR**

**GRANDES MARCAS SÃO FEITAS
COM ATITUDES DE PESO!**

AgRoss

Roundup



www.agross.com.br

Você pode ganhar **3.000 litros**** de 'Roundup Original Mais' **toda semana*** nas compras da linha **Roundup** 

Estão qualificados à participar da promoção 'Roundup 3000' os números de notas fiscais emitidas dentro do mês com volumes superiores ou iguais a 200 kg/litros da linha Roundup. A promoção é transmitida todas as quintas-feiras às 16h na TV AgRoss e o prêmio é de **3.000 litros de Roundup Original Mais****. Para ser premiada, a revenda deverá estar online na plataforma da TV AgRoss, durante toda a transmissão, confirmando eletronicamente sua nota fiscal como contemplada. **Serão anunciados os cinco números da nota fiscal.**

Acesse: tvagross.com.br



IMAGEM MERAMENTE ILUSTRATIVA



Essa promoção faz parte do projeto social da AgRoss e está associada ao Programa Troque e Ganhe, de acúmulo de pontos, gerando recursos que serão revertidos a APAC.



Toda Quinta às 16h
AO VIVO



Apresentador:
LUIZ CEARÁ

AgRoss e **Roundup** 

26 anos caminhando juntos!

Campinas
0800 055 4533

Sete Lagoas
0800 703 4533

Anápolis
0800 055 4533

Pouso Alegre
0800 035 4533

Lins
0800 770 4533

Caracica
0800 725 4533

Carazinho
0800 595 4533

Petrolina
0800 024 9990

Promoção por tempo indeterminado com início em **01/10/2023**.

*Acesse o regulamento em agross.com.br/roundup3000. **Embalagens de 20 litros.

Congresso Andav 2023, a força e o futuro da Distribuição

A grande vitrine da Distribuição nacional de insumos agrícolas e veterinários foi marcada por otimismo e discussões dos rumos e riscos do setor





Congresso andav

2023





Paulo Tibúrcio, presidente da Andav: momento aguardado pelo setor e muitos negócios.

O presidente da Andav, Paulo Tibúrcio, explicou que as empresas do setor de distribuição começaram o ano com uma elevada estocagem, fruto de um

recoo por parte dos consumidores. Mas o cenário mudou em meados de julho, com um forte movimento de compra pelos produtores. “Estamos

completando quatro semanas que o mercado está voando”, resumiu Tibúrcio, com otimismo.

“A gente estava aguardando esse momento, com negócios acontecendo numa velocidade incrível. Isso levou o congresso a gerar muitos negócios”, acrescentou. “E isso não tem preço!”

Segundo a diretora da Zest Eventos, Viviam Lima, a edição deste ano do Congresso Andav ocupou uma área de 20 mil metros quadrados, com a presença de cerca de 200 marcas. Desde a edição de 2019, o evento apresentou um crescimento de 85%.

“Este ano pudemos perceber uma variedade maior de empresas participantes. Se antes tínhamos basicamente indústrias, agora temos outros players do agro como do sistema financeiro, de crédito, drones e tecnologia, por exemplo”, afirmou Viviam. Ela estima que 78% do público do evento é formado por tomadores de decisão.

O SEGMENTO

Oswaldo Abud, presidente do Conselho Diretor da Andav, destacou, na



abertura do evento, que o tema central da Plenária Agroeconomia brasileira: um olhar para o futuro reflete a resiliência do Distribuidor de Insumos Agropecuários e seu papel relevante nesse processo de intensas transformações pelos quais passam o agro e o mundo. “Os Distribuidores têm apresentado um admirável poder de superação. O poder do nosso segmento está na colaboração e compartilhamento de informações, construção de objetivos comuns e enfrentamento dos desafios, impulsionando e contribuindo com o desenvolvimento do agro”.

Na avaliação de Abud, o Congresso Andav 2023 oferece uma oportunidade única de troca de experiências, ampliação de conhecimento e networking, com vistas a traçar novos caminhos para o setor.

Tiburcio comentou sobre o crescimento do número de associados da Andav, que chega a quase 2.800 associados. “Há um ano, durante o Congresso Andav 2022, comentei sobre nossa entidade ter alcançado os dois mil associados. Esse aumento nos honra muito”.

O secretário da Agricultura e Pecuária de São Paulo, Antônio Júlio Junqueira de Queiroz, reafirmou o compromisso do Estado de estender a conectividade rural a todos os produtores até 2026 e também implantar um programa para Pagamento de Serviços Ambientais (PSA). O objetivo é aumentar ainda mais a cobertura vegetal paulista que já alcança 23% - em décadas anteriores era de 10%.

A presidente da Embrapa, Sílvia Masruhá, defendeu a necessidade de fortalecer o ecossistema de Parcerias Público Privadas (PPP) e que garantir a segurança alimentar é uma oportunidade para avançar. O superinten-



Oswaldo Abud, presidente do Conselho da Andav: colaboração e compartilhamento de informações.

dente de Agricultura e Pecuária de São Paulo, Guilherme Campos, representando o Ministério da Agricultura e Pecuária, afirmou que o Brasil produz e preserva como nenhum outro país consegue fazer.

Para o presidente da Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG), Luiz Carlos Corrêa Carvalho, o ganho virá do aumento da média de produtividade entre os produtores de alta performance com os milhões de pequenos e médios agricultores.

Já o professor Emérito da FGV, Roberto Rodrigues, assinalou três caminhos: investimentos em logística e estrutura, acordos comerciais fortes com países como China, Indonésia, Filipinas, Índia e países árabes e, ainda, promover uma organização rural de modo a

trazer para o mercado em torno de 4 milhões de produtores que ainda não atuam com todo seu potencial. “Eis um pacote que precisa ser embrulhado com sustentabilidade”, observou. **AR**



Roberto Rodrigues: investimentos em logística, acordos comerciais fortes e organização rural

A fronteira da comunicação



Painel sobre a comunicação do agro: setor deve ampliar relacionamento com a sociedade.

A comunicação do Agro é um desafio reconhecido desde sempre, em especial quando se fala do público externo ao setor, fora da porteira. O tema foi explorado durante o Congresso Andav 2022 no painel Comunicação, Educação e Sociedade, que reuniu profissionais e representantes de empresas e entidades ligadas à área.

O presidente da Associação Brasileira de Marketing Rural e Agro (ABMRA), Ricardo Nicodemos, citou a pesquisa “Percepções Sobre o Agro. O Que Pensa o Brasileiro, do Movimento Todos A Uma Só Voz, que revelou que o setor é um dos mais admirados pelos brasileiros, atrás apenas



Ricardo Nicodemos, presidente da ABMRA: “Informação precisa ir para fora da porteira”.

da saúde. Mas, ainda assim, precisa ampliar seu relacionamento com a população para conquistar a parcela dos que desconhecem sua força e impacto.

“A comunicação do Agro está dentro de uma bolha. O setor sabe se comunicar muito bem. Possui uma grande estrutura com emissoras de TV, programas na rádio e em rede aberta, revistas e dezenas de portal especializados. Porém, a informação também precisa ir para fora da porteira e chegar nas novas gerações”, acrescentou o presidente da entidade.

É necessário, segundo Nicodemos, criar uma narrativa e comunicação que sejam baseadas em fatos e dados para combater a desinformação que acaba prevalecendo sobre o agro. Ele citou que a pesquisa revelou que 7 em cada 10 brasileiros têm percepção positiva sobre o setor. “Porém, 30% dos brasileiros apresentam um posicionamento desfavorável, dos quais 51% são jovens de 15 a 29 anos, influenciados pela falta de informação correta e distância social e física do setor.”

Moderado pela jornalista Lilian Munhoz, o painel teve a participação também de Cassiano Ribeiro, diretor de Redação da Nova Globo Rural; Letícia Jacintho,

presidente do De Olho No Material Escolar (DONME); Marcos Amazonas, CEO da Connect Entretenimento e Educação; e Mônica Bergamaschi, presidente do Conselho da Associação Brasileira do Agronegócio da Região de Ribeirão Preto (ABAG-RP).

Mônica destacou que a nova geração lê muito pouco e que é preciso tornar as coisas mais atraentes para esse público. Marco Amazonas acrescentou que as pessoas hoje não querem mais apenas saber ou ver o que está acontecendo, mas sim participar. Terá sucesso, segundo ele, criar formas de fazer o público se sentir como parte do que acontece.

Letícia Jacintho chamou a atenção para o fato de que nos últimos dez anos o Brasil perdeu 1 milhão de jovens no campo, um dado que precisa ser considerado. Cassiano observou que a linguagem é parte fundamental da mensagem que o agro precisa passar e considerou muito positivo o esforço que a mídia tem feito em favor da comunicação do setor. “O agro se comunica muito bem, mas para dentro”, argumentou.

AR



Letícia Jacintho: Brasil perdeu 1 milhão de jovens no campo.

A Distribuição em outros países

Novidade no Congresso deste ano, o painel Internacional O cenário global da distribuição de insumos do Congresso Andav 2023, trouxe a realidade de dois importantes mercados, o México e a África do Sul.

As vendas para proteção de cultivos no México alcançaram US\$ 1,9 bilhão. São cerca de 30 culturas instaladas no país, sendo que apenas a plantação do milho ocupa uma área de 7,9 milhões de hectares. Mesmo assim, segundo Daniel Quiñonez, CEO Ansa Sapi, do México, o volume de grãos produzidos é insuficiente para suprir as necessidades da população, exigindo a importação de alimentos.

De acordo Quiñonez, há entraves regulatórios e a aprovação de novas moléculas de químicos é lenta. Outra característica é a presença de agricultura de subsistência, com pequenos produtores no sul do país, enquanto do centro para o norte, a produção é tecnificada, o que cria o desafio de levar tecnologia ao pequeno agricultor.



Phillip Kotler faz entrada ao vivo durante o Congresso: ferramentas modernas como Inteligência Artificial.

Terceira maior economia do continente africano, a África do Sul possui uma diversificada agricultura que responde por 17% do PIB. Johan Nienaber, Diretor Regional Inteligro, da África do Sul, informou que os principais fornecedores globais de insumos estão presentes no território sul-africano, com distribuidores em consolidação.

Com o olhar voltado ao futuro, Nienaber entende que a diferenciação está no melhor entendimento das necessidades dos agricultores, para que possam demonstrar o valor do canal de distribuição. Ele apontou, ainda, a formação de mais especialistas

em proteção de cultivos. "A tecnologia é alavanca para plantar mais com menos", afirmou.

MARKETING 5.0

Pai do marketing moderno, Phillip Kotler participou do Congresso Andav 2023, mostrando que as transformações do mundo carregam oportunidades e desafios que exigem gestores capazes de assumir essas mudanças. Para ele, marketing é agregar valor e saber entender e definir o atributo desejado pelo consumidor que, mais do que o produto, busca uma experiência.

Assim como as grandes marcas construíram suas percepções, tais como a melhor engenharia da Mercedes, o entretenimento familiar da Disney ou a segurança da Volvo, também os produtos agropecuários podem seguir o modelo de diferenciação, inclusive de commodities como as laranjas da Flórida ou as batatas americanas.

Na agricultura, Kotler entende que o setor precisa explorar as modernas ferramentas, inclusive a inteligência artificial para a criação de anúncios mais assertivos, automatizando o marketing com métricas adequadas e com o estabelecimento de metas.



Johan Nienaber, da África do Sul, e Daniel Quiñonez, do México: programação internacional é novidade do evento.

Mesmo com avanços sinalizados pelo projeto, setor deve estar atento para evitar prejuízos para quem produz.



Reforma Tributária preocupa

A reforma tributária trouxe avanços e contemplou parte dos pleitos do agronegócio. A agroindústria, os distribuidores e os produtores rurais reafirmaram a importância da aprovação do texto pelo Senado Federal, mas lembraram a necessidade de a legislação ser justa para não prejudicar quem produz, durante painel do Congresso Andav 2023.

Renato Conchon, coordenador do Núcleo Econômico da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), está otimista, mas preocupado

com o impacto sobre os custos e preços finais. Nilson Leitão, presidente do Instituto Pensar Agro, alertou que o texto atual não pode gerar benefícios somente ao governo como arrecadador maior.

Nesse sentido, Fernando Zupirulli, presidente da Câmara Legislativa da Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA), também ponderou que as leis complementares não onerem o capital de giro com o sistema cumulativo de créditos. A diretora do Sindiveg, Eliane Kay, disse que o setor tem que atuar em defesa da cadeia

do agronegócio como um todo, com foco na isonomia tributária em todos os seus elos.

O CEO da ROIT, Lucas Ribeiro, defendeu a necessidade de o governo usar plataformas tecnológicas baseadas em inteligência artificial para mapear o universo empresarial brasileiro e definir, de forma realista, a média da alíquota do IVA, distorcida pela grande diferença de porte entre as empresas. O moderador Ralf Sticca, sócio fundador da PSAA, avaliou que o desdobramento da reforma exige redobrada atenção sobre as leis complementares. **AR**



Painel sobre a legislação da União Europeia, que afeta produtos brasileiros

Green Deal Europeu, o alerta

Um dos principais temas na pauta do Congresso Andav foi a Lei de Antidesmatamento, que faz parte do chamado Green Deal Europeu e entrou em vigor no final de julho deste ano. Uma legislação da União Europeia que, sob o argumento de preservar as florestas nativas do planeta, acaba por prejudicar a entrada de produtos brasileiros no bloco.

Mesmo assim, o Brasil tem condições de transformar esse desafio em geração de valor para as sete cadeias produtivas abrangidas pela lei – soja, café, cacau, madeira, óleo de palma, borracha e carne bovina/couro. “Podemos realizar a certificação da origem desses produtos e torná-los grife de produção sustentável em todo o mundo”, destacou Samanta Pineda, advogada especialista em Direito Socioambiental da Pineda & Kranh Advogados, durante o Fórum Green Deal: As Implicações do Pacto Verde Europeu ao Brasil.

A diretora de Relações Internacionais da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), Sueme

Mori, lamentou que o país não se posicionou em tempo para influenciar essa legislação. “O setor está preocupado, mesmo assim, do ponto de vista comercial, as nossas empresas cumprirão as determinações da lei”, observou.

Ela afirmou que o Brasil precisa acompanhar as discussões que já foram iniciadas sobre marcos regulatórios sobre o assunto por países como Estados Unidos e China, dois dos maiores mercados globais.

Moderado por Luiz Carlos Corrêa Carvalho, presidente da ABAG, o Fórum contou com a participação de Ingo Plöger, vice-presidente da ABAG, que recordou a história do Green Deal e avaliou que a legislação é adequada ao clima temperado, mas não considera a realidade do clima tropical. Exemplo dessa divergência está no uso de defensivos agrícolas, uma vez que na Europa há uma safra, enquanto no Brasil é possível ter até três safras. “Nossa aplicação por hectare é muito maior. Se o denominador fosse o total de área produzida, seríamos campeões no manejo”, detalha Plöger.



Sueme Mori, da CNA: Brasil deve acompanhar de perto discussões de outros países



Samanta Pineda: país pode transformar o desafio em geração de valor



Ingo Plöger, vice-presidente da ABAG: lei europeia não é adequada ao clima tropical

O Carnaval é Agro!



A primeira noite do Congresso recebeu a vista de passistas e parte da bateria da escola de samba Mancha Verde, agremiação nascida da maior torcida organizada do Palmeiras, atual Campeão Brasileiro de Futebol e Tricampeão da Copa Libertadores da América. A Mancha venceu o Carnaval de São Paulo em 2019 e 2022, e em 2023 ficou na segunda colocação, perdendo por apenas meio ponto para a Mocidade Alegre. A agremiação foi convidada a participar do encontro porque vai homenagear no desfile de 2024 o Agronegócio do Brasil. O título do samba enredo é 'Do nosso solo para o mundo: o campo que preserva, o campo que produz, o campo que alimenta', e vai ser desenvolvido pelo carnavalesco André Machado. A ideia da escola é retratar o amor do homem do campo pela terra que o sustenta, a agricultura familiar, a fé e o respeito pela mãe natureza. E também destacar os exemplos e caminhos a serem seguidos na esperança de um futuro sustentável, longe da escassez

dos recursos naturais, da extinção, da fome e da miséria. Um dos carros alegóricos vai relembrar a vida e o trabalho do ex-ministro da Agricultura Alysson Paolinelli, um dos fundadores da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) e pai da revolução tecnológica que permitiu a revolução agrícola no Cerrado do Brasil.

Acompanhe a letra do samba enredo sobre o agronegócio nacional:

Ocô, sua flauta anunciou
 A colheita verdejou... Na terra
 Regou a missão de Olorum
 Junto à forja do senhor da guerra
 Vai o legado... No balanço desse mar
 Solo sagrado germinou a plantação
 Ê, caiana levada pro cais
 A força dos cafezais
 Vem da fé que ergueu essa nação
 Escorre à enxada o suor que vem do povo
 Em cada grão a liberdade na raiz
 Escorre à enxada o suor que vem do povo
 Traz na semente o futuro do país
 Brasil onde mora o verde
 Brasil, teu celeiro partilha
 Coragem na busca de um sonho
 À mesa o amor da família
 Orvalho que toca a viola
 Dá o tom pro matuto versar
 Levando aos céus
 As bênçãos dessa noite de luar
 Se as lágrimas molham a terra
 Eu faço um samba em oração
 Meu São José, nos dê a tua proteção!
 Antes do galo cantar
 Da flor do campo nascer
 Vem semear a nossa eterna aliança
 E da semente, o amor
 A nossa gente plantou:
 Mancha Verde de esperança!



O Futuro da Distribuição!

Margens apertadas em um ano maluco de preços e oscilações. Mas o segmento não para de concentrar e abrir lojas. Daqui para frente é quebrar a cabeça com custos, crédito e contratação de profissionais competentes



Existem anos que fazem história nos setores econômicos de todo país. Pois 2023 segue intenso para o Agro Brasil. Com emoção para todos os gostos. Trouxe uma safra de verão espetacular, trinta milhões a mais sobre a colheita passada. Trezentas e dezessete milhões de toneladas que esparramam lucros, grãos em armazéns e terrenos ao ar livre, firmando uma era de saltos tecnológicos cada vez mais surpreendentes. Não é à toa que o mercado de distribuição de insumos agropecuários alcançou um faturamento de R\$ 145,3 bilhões em 2022. Área de insumos com R\$ 105 bilhões. Comercialização de grãos outros R\$ 40,3 bilhões. Números dos associados da Andav, que represen-

tam 75% do mercado total do setor no Brasil. Sem falar em 283 novas lojas, alta de 15% ante 2021. Com 35 mil profissionais a mais. E a expectativa é de quase 900 pontos de venda somados até 2027. E quem fatura entre R\$ 100 milhões e R\$ 600 milhões tem o maior apetite para crescer.

Assim está bom para a distribuição de insumos agrícolas e veterinários? Nem tanto. Há um paredão de problemas. Como agir com os inadimplentes? O caminho de abrir novas revendas faz sentido? Quais as alternativas para financiar o produtor diante da crise gravíssima de falta de crédito? Adiantar para quem na Safra 2023 – 2024? E os custos? Como seguro meu colabo-

rador que está sendo 'assediado' por outra revenda? O distribuidor do interior de Minas Gerais é certo na mesa de almoço do Congresso. "Neste ano, os donos de revendas ganharam mais dinheiro na propriedade rural deles do que na loja".

O comentário traduz uma realidade bem conhecida das revendas, principalmente nesta década. "Precisamos evoluir muito financeiramente. Chega pouco crédito a quem precisa. Os investidores precisam ser mais inteligentes, subsidiar quem necessita. Sejam pequenos ou grandes. Por outro lado, os fundos de investimento precisam enxergar melhor os produtores, a lucratividade dos caras. Muitas vezes, um pequeno fatura mais do que um gigante. Minha revenda, por exemplo, é focada em especialidade, que tem



Oswaldo Abud, da Casa Fértil: "Pequenos precisam capturar as oportunidades".

uma margem muito maior do que os químicos. Faturamos menos, mas o que largo no caixa no fim do ano é muito maior. Sou uma empresa muito mais saudável. E o poder público também precisa agir. Como no caso do óleo diesel. As máquinas são usadas para produzir alimentos. Em alguns países, o óleo do veículo particular é diferente do usado em tratores, colheitadeiras, etc.” reclama Gustavo Penteado, integrante de família de mais de cem anos de agricultores e dono da Organocampo, que mantém 400 clientes de cana, soja, batata doce, banana e amendoim, no interior paulista. “Atualmente, as fintechs estão atrás de profissionais que têm conhecimento da porteira para dentro. É gente que está na frente dos outros, tem mais possibilidade de dar certo do que um banco que só olha o papel”, acrescenta.

E se tem alguém que largou faz tempo nessa corrida é a Traive, comandada e fundada por Fabrício Pezente. “Nesta safra, estamos sofrendo um problema sério de crédito, com muita inadimplência, recuperação judicial e informalidade. Por isso é que as empresas como a nossa vêm se destacando. Nós impactamos os produtores na ponta por meio do distribuidor. Oferecemos



Matheus Cônsoli: “O crédito é desafio, mas tem soluções. Já a Educação leva mais tempo”.

tecnologia para ele. Que traz automação e inteligência para análise de crédito e padronização desta análise, robusta ao agricultor, em todos os canais, com inteligência para tomada de decisão de crédito, diminuindo a possibilidade de inadimplência e atratividade para o mercado de capitais. Quando você é melhor para fazer crédito, você é melhor para o mercado financeiro e começa a ser disputado pelo mercado. E isso tudo impacta a ponta”, explica Fabrício. O executivo ainda reforça que o tema une duas facetas distintas na área. “A lógica parece longa, mas é clara. Se o distribuidor faz bem a parte de crédito dele, vai impactar o produtor na ponta. É inevitável, está ocorrendo em todas as indústrias, em vários setores. E no agro trouxemos com ineditismo, há poucos anos, grandes players trabalhando com a gente e os concorrentes vêm com a mesma lógica. Não é inventar a roda. É aplicar a roda de maneira mais eficiente. Porém, é necessário sofisticação já que o segmento representa 25% do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil. Não dá para esperar investimentos deste tamanho se o player não tiver sofisticação. Todos que fazem querem padronização, governança. É isso que a Traive traz. Para cobrir o agro com a nossa tecnologia. Estar ao lado do produtor pequeno, grande, colocar no sistema automação, detalhamento, agilidade. Muita coisa numa solução tecnológica. Ainda bem que começamos cedo. Competir com a gente vai ficar difícil”, brinca Fabrício Pezente.

E a rota é ainda mais complexa pelas mudanças naturais do mercado financeiro. Como ensina o ‘elétrico’ sócio do Markestrat Group, Matheus Cônsoli, um dos mais respeitados pensadores da Distribuição de Insumos no país. “O crédito não é um desafio tão preocupante quanto a qualificação dos profissionais do segmento, mas tem



Fabrício Pezente, CEO da Traive: “Nós impactamos os produtores na ponta por meio do distribuidor”.

suas peculiaridades. Quanto mais uma propriedade produz, hoje, mais requer hectares, que pede mais insumos, que custam mais. Um mesmo hectare hoje precisa de muito mais recursos financeiros do que antigamente. Falando de máquinas, produtos, silos, armazenagem, etc. É dinheiro. Entretanto, a boa notícia é que existe estoque de capital no mundo e o agronegócio é um imã para atrair esse investimento. A notícia ruim é que esse crédito é caro no Brasil. Porém, é um pouco mais fácil vencer o problema do crédito no curto prazo. Gente é mais complicado de formar. Precisamos evoluir em mecanismos de crédito. Historicamente, o financiamento era ao agricultor, na pessoa física, imposto de renda, etc. Ok, isso ainda é importante, mas é necessário centrar na propriedade. Usar ferramentas que validam a produtividade, o manejo, o potencial produtivo. Propriedade boa na mão do mau gestor é uma coisa e propriedade ruim na mão de um bom gestor é outra. E aí entra outro desafio que se trata da área arrendada. O dono pode não ser o responsável pela produção na propriedade dele. Em resumo, o potencial da propriedade é que vai ser importante para distribuidores, bancos e cooperativas. O risco é de quem opera e não do dono da área. O



Gustavo Penteado - Dono da Organocampo: "O crédito precisa olhar melhor o produtor".

crédito tem essas variáveis. O formato de concessão e de garantias está mudando. E todos devem rever os seus mecanismos de crédito", dispara.

A recomendação não passa despercebida por um 'velho de guerra' da Distribuição. Oswaldo Abud, Presidente do Conselho Diretor da Andav e Dirigente da Casa Fértil, com sede em Rio Verde (GO). "Não podemos deixar de pensar só um minuto em boas práticas de gestão, melhorar os resultados e levar boas propostas de serviços aos clientes. Tudo para maximizar os resultados. A Distribuição exige capital intensivo, precisa de boa administração, olho nos riscos e acesso ao crédito. Assim como os grandes grupos entrantes. O pequeno e o médio precisam de gestão para buscar as oportunidades de mercado, relacionamento e capturar as oportunidades mesmo com as consolidações", receita. Com o apoio de outro veterano da Associação, Ademir Pereira da Silva, Executivo da Andav para Goiás e Distrito Federal. "É trabalhar sempre buscando uma boa gestão administrativa, comercial e financeira. Levando tecnologia aos clientes agricultores e pecuaristas. A agricultura brasileira passa por altos e baixos, principalmente nos grãos, porque depende do mercado internacional. Logo, precisamos estar

sempre preparados e buscando o melhor para si e para a comunidade do agro", indicou.

"A boa gestão nunca vai sair de moda. O distribuidor precisa qualificar-se incessantemente. Até porque, como diz o professor Marcos Fava Neves, as variáveis variam violentamente. Agora, para crescermos, precisamos diversificar nossa pauta de insumos, aumentar o portfólio com produtos biológicos, especialidades, nutrição foliar, adjuvantes, agricultura regenerativa. Inicialmente, de olho no curto prazo, em custos. E no longo prazo em sustentabilidade. O grande agricultor investe em tecnologia. O pequeno não. O distribuidor tem o papel de levar ao pequeno. Quem faz isso não é a indústria. São mais de um milhão de pequenas propriedades que precisam ser visitadas, assistidas, qualificadas. Para aumentar a produção e permanecer vivendo no campo. Não é só questão de grãos. Temos hortifrutis, avicultura, leite, pecuária de corte. Tudo isso consome insumos dos distribuidores", acrescenta Matheus Cõnsoli.

Outra unanimidade é a questão da falta de funcionários qualificados para ocupar vagas que estão abertas. E as que serão abertas. O Agro deve criar perto de 180 mil empregos em três anos, entretanto apenas 20% serão ocupados por faltar bons candidatos. Uma dor que Fabricio Picolo, fundador da Direta Insumos Agrícolas, de Sinop (MT), já sentiu na pele. "A distribuição cresce mesmo com a competitividade forte da venda direta. Mas o gargalo é a mão de obra especializada, agrônomos e técnicos para as vendas. O Agro é um mercado exigente, o futuro já chegou, e consumidores pedem ótimo atendimento em todas as áreas. Só que a pessoa acaba de se formar e já quer alto salário e carro novo an-



Ademir Pereira da Silva, Andav GO e DF: "Precisamos estar sempre preparados"

tes mesmo de começar a trabalhar. E treinar dentro de casa também é difícil. Eles não têm paciência. E olhe que temos apenas doze funcionários, sou pequeno. Porém, a rotatividade é muito alta. Quem é distribuidor maior deve ter pesadelos diários. Já tivemos uma filial em Balsas, estava indo muito bem, mas tive que fechar por falta de gente capaz. Hoje, não expandimos por isso. Poderíamos crescer para Alta Floresta, Matupá e Bandeirantes, mas estamos impedidos", reclama.

É um dilema que atraiu gente tarimbada no assunto. Fernando Reis é Engenheiro Agrônomo, atua em fundos de investimentos de empresas do Agro e é Ceo da Agroadvance. Ele sonha longe, ao lado de uma equipe de oitenta 80 colaboradores. Tornar-se em três anos a melhor e maior escola agro do Brasil. "Com MBA, Graduação, Cursos regulamentados ou não. Atividades presenciais em Piracicaba e online. Até 2025, o gap de vagas será de seis para um. O Agro é tão rápido para se modernizar e as competências exigidas não estão contempladas nas faculdades públicas, formais. Este é o nosso papel na modernização do segmento. Na indústria, distribuição, nas empresas novas e

com os produtores rurais. Só estes últimos já representam 39% de nossos alunos”, enfatiza.

A preocupação está na ponta da língua de Antonio Henrique Botelho Lima, CEO da Agrológica e diretor e ex-presidente da Andav. “O que pode melhorar são as pessoas. A parte humana do agro. Como crescemos bastante, precisamos de pessoas novas, sempre. Preparar bem os profissionais para atenderem os nossos clientes. É um caminho talvez longo, muitas empresas estão investindo nisso, mas ainda teremos que esperar. Lidamos com uma geração diferente, as escolas de agronomia precisam se atualizar. Ainda bem que o pessoal que está montando escolas especializadas vão ajudar bastante”, comemora. Uma preocupação que também instiga o especialista Matheus Cônsoi. “Pessoas. É a questão mais dolorosa e não se resolve rapidamente. Formar e colocar gente no campo. Não é só estudar na sala de aula. É árduo o trabalho de formar gente para gestão, técnica e liderança. Porque a rotatividade é alta. E, muitas vezes, não é por causa do salário, da empresa, mas sim por causa do chefe, do gerente, do proprietário, do gestor. É uma cadeia que demanda qualificação. A projeção é que mais de 900 lojas no-



vas serão abertas em três anos. Cada uma vai precisar ter, em média, 15 colaboradores. É pauta do setor e do Brasil. Melhor a produtividade da mão de obra é nossa tarefa urgente. Educação básica e também a mais executiva, qualificada. Hoje, um americano é três vezes mais produtivo do que o brasileiro. Isso traz um desafio, mas também uma oportunidade para quem navegar nesse ambiente”, complementa.

Mas o barco segue navegando, também em águas muito bem conhecidas por distribuidores e produtores rurais. Caso de executivos como Antônio Carlos De Gissi Junior, CEO do Essere Group, que trabalhou e foi dono de revenda durante vinte anos em Olímpia,

no interior paulista. “O relacionamento com os canais precisa ser muito próximo. Levamos os parceiros até nossa indústria para eles verem como tudo é feito, eu mesmo visito as revendas, pessoalmente. Precisamos disso para a parceria de longo prazo. Para eles terem confiança, saberem que entregamos produtos que levam resultado ao agricultor. E que agrega serviços, como a unidade de tecnologia de aplicação onde damos suporte à regulagem de pulverizadores, treinando as equipes”, afirma. “É parceria total, ouvir os revendedores. E levar informações técnicas sobre os produtos. Entregar o resultado ao produtor, fechar o ciclo e deixar a margem de contribuição dentro do distribuidor, para ele aumentar equipe, número de lojas, pontos de vendas”, receita Luciano De Gissi, Diretor de Operações do Essere Group e profissional que também debutou no agro em revenda.

Só que a parceria envolve cada vez mais tecnologias complexas e elas precisam de entendimento pleno para o cliente final, que é o lavrador e pecuarista. O distribuidor é responsável por 48% de tudo o que sai da indústria e chega ao campo. Com uma característica fundamental: a grande presença de pequenas e médias empresas. “São



Antonio Carlos De Gissi Junior e Luciano De Gissi - Essere Group: “Parceria com distribuidores vai melhorar por causa de mais lançamentos”

empresas com administração familiar, mas que estão investindo em plataformas de inteligência de mercado, gestão do negócio, mais informação para a melhor decisão”, contextualiza Alberto Yoshida, Diretor Conselheiro Andav e empresário da Yoshida & Hirata.

E bota novas tecnologias para levar à Fazenda Brasil. A SIMA, empresa argentina criada em 2014, com mais de 300 clientes no país vizinho, notadamente produtores e consultores, e outros 40 clientes no Brasil, entre indústrias, cooperativas e distribuidores de insumos, sabe da trajetória a seguir. “Produtor e revenda têm o mesmo desafio, mas com foco diferente. Ter dados confiáveis para tomar as melhores decisões. A revenda precisa otimizar a distribuição e multiplicar os benefícios. Em digitalização, há muito o que fazer. Existem milhões de produtores que estão fora. E muitas revendas. Elas precisam de aplicativos, parte web e BI para acesso a banco de dados. Obter ensaios agrônômicos e melhorar o atendimento no pós venda. Manter histórico do produtor rural dentro do distribuidor. Para vender mais. As revendas estão em expansão e precisam coletar dados em novas regiões, para abrir lojas, desenhar melhor a estratégia de crescimento. O que importa são os números que estão por trás. Os pontos de venda tem diferentes estágios. E diferentes horizontes. Depende de quem está receptivo à tecnologia. Território, portfólio de produtos. Integração de tecnologias visa sempre ter os dados e tomar as decisões”, examina Maurício Varela, um dos fundadores da SIMA. “A distribuição precisa fidelizar o produtor rural. Ter relacionamento para ofertar coisas novas. Para isso, o histórico do relacionamento comercial é fundamental. Registrar os dados em uma plataforma tecnológica. E eles não ficam presos a um funcionário e, sim, à re-



Rafael Malacco e Maurício Varela (SIMA): “A distribuição precisa fidelizar o produtor rural”

venda. Base de dados para a revenda ter inteligência comercial global. Direito do campo. Para os distribuidores utilizarem”, completa Rafael Malacco, Gerente Comercial da SIMA.

No caso do portfólio, o desafio é ainda mais preponderante. “A indústria é frenética e coloca mais ferramentas no campo para aumentar a produtividade sem parar. Cepas exclusivas, qualidade da produção, transporte adequado, estocagem no canal de distribuição. O nível de complexidade vem crescendo. Mas nossa parceria com os distribuidores vai melhorar porque teremos sempre mais a levar para eles”, enfatiza Luciano De Gissi.

“A revenda precisa de produtos diferenciados, que agregam valor ao cliente dela. As margens são muito pequenas. Por isso, temos uma equipe de agrônomos mais qualificada para dar suporte às revendas. E treinar bem a equipe de vendas do canal. Em todo lugar se fala que toda revenda precisa de pelo menos 10% das vendas com produtos especiais. E isso exige conhecimento. Biológicos, fertilizante foliar, bioestimulantes, indução de resistência à pragas, doenças e nematóides. Isso exige muito conhecimento técnico. E vamos investir em produtos, abrindo uma nova fábrica para produtos a partir de bactérias. Pro-


cesso automatizado nas fermentações, um milhão de litros por mês. E novos registros saindo. Nós sabemos fabricar e precisamos levar aos canais. É uma interdependência”, esclarece Antonio Carlos De Gissi Junior.

Logo, ‘bora’ avançar ainda mais, Distribuidor. Parceria para ‘cavar’ espaços amplos no futuro não faltam. “O distribuidor é peça chave na cadeia. E sempre pensamos em levar inteligência geoespacial para ajudá-lo a encontrar o potencial de mercado na região onde ele atua, ter gestão de território, encontrar os clientes. Depois, vem a gestão dos incentivos, o que recebe dos fornecedores, os produtos que dão mais margens. E, por fim, fazer os programas de relacionamento com



Antonio Botelho, CEO da Agrológica: “O desafio é preparar os profissionais para atender os clientes”

o produtor, gerando visitas, dias de campo, levando benefícios, fortalecendo os vínculos para estreitar a parceria com o produtor. Entrando dentro da propriedade para enxergar o negócio do fazendeiro em detalhes. Se ele quer se aproximar do produtor, não pode ficar no 'arroz com feijão'. Tem que levar valor e os programas de relacionamento vão vitais para alcançar esse objetivo. E com o digital também. Retroalimentando o relacionamento. Benefício para todo mundo. Indústria, revenda e produtor rural. Gerar valor e compartilhar ao longo da cadeia", sugere André Coutinho, Diretor Comercial da Seedz.

O mantra norteou os pilares dos debates arquitetados durante o Congresso, ao lado das questões que surgem no dia a dia da economia e política nacional e internacional. "Reforma tributária, legislação europeia para importação de produtos do agro mundial, boas práticas de produção, sustentabilidade total, meio ambiente, sociedade, a comunicação de tudo o que o Agro faz de bom para a sociedade conhecer, a educação das crianças. São assuntos que se ligam a temas como setor financeiro, crédito, tecnologia, drones, análise de solo, sementes, biológicos, etc. "É um cardápio que integra todos os produtos e serviços para o distribuidor levar em primeira mão ao produtor rural. A cadeia cada vez mais enxerga o distribuidor como grande catalisador de conhecimento, informações e educação para o empreendedor rural. Mas ainda pela educação dos cidadãos brasileiros. A associação tem parcerias com organizações para transmitir o que é feito pelo agro em benefício da sociedade, para o Brasil inteiro conhecer. E compartilhar boas práticas", resumiu Vivian Lima, Diretora da ZEST Eventos, organizadora do Congresso ANDAV. 

PRINCIPAIS OBJETIVOS

- # Rentabilidade: 60% com maior importância
- # Faturamento: 23% com maior importância
- # Participação no cliente: 11% com maior importância

CRESCIMENTO DE LOJAS ATÉ 2027

- # Expectativa de novas 894 lojas
- # Expectativa em 2022: 1.038 lojas
- # Expectativa em 2021: 781 lojas

NOVAS UNIDADES PREVISTAS | EXPECTATIVA

- # Faturamento de R\$ 100 milhões a R\$ 300 milhões: lojas comerciais (82%), lojas não-comerciais(9%) e armazenamento de grãos (8%)
- # Novas lojas: novas (90%), não –comerciais (98%) e armazenamento (89%)

NECESSIDADES DE MELHORIA NAS EQUIPES COMERCIAIS

- # Planejamento comercial: 46% precisam melhorar muito
- # Organização de agenda de visitas: 42% precisam melhorar muito
- # Análise e uso de dados para tomada de decisão: 37% precisam melhorar muito
- # Ações para geração de demanda: 30% precisam melhorar muito
- # Prospecção de clientes: 30% precisam melhorar muito
- # Conhecimento de Legislação relativa à comercialização: 28% precisam melhorar muito
- # Gestão de Pessoas e Equipe | Negociação e Técnicas de Vendas: 21% precisam melhorar muito
- # Conhecimento técnico: 10% precisam melhorar muito
- # Assistência Técnica / Acompanhamento: 7% precisam melhorar muito

PRINCIPAIS SERVIÇOS A OFERECER EM 3 ANOS - COBRADOS E NÃO COBRADOS

- # Agricultura e/ou Pecuária de Precisão digital: 33%
- # Apoio no crédito: 30%
- # Apoio à gestão: 30%
- # Seguro: 25%
- # Aplicação de insumos: 24%
- # Armazenagem de grãos: 16%
- # Tratamento de semente industrial: 14%
- # Serviços de Pecuária (pastagem e nutrição): 14%
- # Amostragem e análise de solo / Foliar: 9%
- # Tratamento de semente no campo: 9%
- # Aluguel ou empréstimo de máquinas e equipamentos: 8%
- # Serviços de Pecuária (saúde): 7%
- # Serviços de logística: 6%
- # Assistência técnica: 3%

DESAFIOS

- # Margens: 88% (eram 73% em 2022)
- # Concorrência com grandes grupos: 77% (eram 73% em 2022)
- # Mão de obra qualificada: 64% (eram 50% em 2022)
- # Política de acesso da indústria: 54% (eram 44% em 2022)
- # Concessão de crédito ao produtor: 46% (eram 49% em 2022)



Alberto Yoshida, Distribuidor e Diretor da Andav.



As mulheres da Distribuição e do Agro Brasil.



Estande da Casa Bugre.



Espaço Corvea.



Espaço da UPL.



Estande da Andav.



Estande da FMC.



Homenagem a Luiz Carlos Corrêa Carvalho, Presidente da ABAG.



Palestra do jornalista Alexandre Garcia.



Nilson Leitão, Presidente do Instituto Pensar Agro.



Paulo Tibúrcio, Presidente Executivo da Andav.



Oswaldo Abud entrega placa a Silvia Massruhá, Presidente da Embrapa.



Paulo Tibúrcio e o ex-Ministro da Agricultura Roberto Rodrigues.



Roberto Motta: Presidente e CEO da Agro Amazônia e Diretor da Andav.



Plenária da Andav 2023.



Roberto Rodrigues debate em plenária da Andav.



No estande da Syngenta.



Vivian Lima e Oswaldo Abud abrem Congresso Andav 2023.



Espaço Tecnomil.

Agrofy em parceria com Clube Agro

A plataforma de soluções digitais do agronegócio marcou presença em parceria com o Clube Agro Brasil, principal programa de relacionamento voltado ao segmento. O evento foi uma oportunidade de reafirmar o compromisso em oferecer soluções inovadoras e alinhadas com as necessidades do mercado, bem como consolidar o papel de ambas as empresas como protagonistas na transformação digital do agro. E ainda anunciar uma nova parceria, com a Cibra Fertilizantes. A Agrofy está presente em oito países. Brasil, Argentina, Colômbia, Chile, Bo-

livia, Peru, Uruguai e Paraguai. Disponibilizando mais de 150 mil produtos e serviços. As compras são rápidas e seguras para facilitar a vida do produtor rural. Utilizando tecnologia e estratégia. Desde sua primeira série até hoje, levantou mais de US\$66 milhões em rodadas de investimentos. **AR**



Diego Arruda, CEO da Agrofy Brasil e Argentina

Agrotoken e Visa para o Campo

Agrotoken apresentou os benefícios da recente parceria com a Visa para viabilizar as transações com segurança e eficiência, contribuindo para a democratização e digitalização do agronegócio brasileiro. O cartão de crédito Agrotoken Visa permite que os produtores transformem suas commodities agrícolas já colhidas, ou que serão

produzidas, como milho e soja, em tokens digitais que são utilizados como meio de pagamento em estabelecimentos credenciados à Visa. “Eles podem realizar transações comerciais, pagando o que quiserem, como combustível, viagens e diversos produtos e serviços. De forma eficiente e segura, eliminando intermediários, fornecendo mais acessos

aos recursos financeiros e facilitando as transações internacionais”, afirmou Anderson Nacaxe, diretor nacional da Agrotoken no Brasil. O processo de pagamento é simples e seguro, por meio da tecnologia blockchain, o que garante transparência e integridade das transações. Os tokens são lastreados em ativos reais, ou seja, os grãos que estão vinculados ao valor das commodities agrícolas, garantindo sua estabilidade de valor em todo o território nacional. “Ao unir a expertise da Agrotoken com os serviços e a inovação da Visa, a empresa está ampliando suas ofertas para atender às demandas de um segmento crucial da economia brasileira”, complementou Hugo Costa, diretor executivo da Visa. A Agrotoken é pioneira na tokenização de commodities agrícolas. Um negócio com liquidez imediata, cobrança facilitada, operação sem intermediação e gestão centralizada. **AR**



Luciano Oliveira (Agrotoken), Anderson Nacaxe (Agrotoken), Tiago Sakagushi (Nutrien), Luiz Sarzedas (Grupo Conceito) e Márcia Silva (Agrotoken)

Aliare lança novo Clover CRM



Estande lotado nos três dias de ANDAV 2023.

A companhia especializada no desenvolvimento de soluções tecnológicas para o agronegócio mostrou uma nova versão do appClover CRM, software que digitaliza e otimiza a gestão de vendas e ajuda o consultor a person-

lizar o atendimento. De acordo com uma pesquisa do consultor norte-americano Frederick Reichheld, investir 5% a mais em retenção de clientes pode elevar, em média, 35% o lucro de uma empresa. O diretor Adriano Stradiotto relembra que o

Clover CRM foi o primeiro software criado para o atendimento personalizado aos produtores rurais brasileiros. “Crescemos junto com a distribuição de insumos agrícolas no Brasil. Estar aqui é um retorno às raízes, já que desenvolvemos soluções para o setor há mais de trinta anos. Com o apoio da tecnologia, o distribuidor de insumos consegue otimizar sua gestão e armazenar, com segurança, os dados que são valiosos para o negócio. Com essas informações reunidas, a tomada de decisões se torna mais estratégica e segura. Estamos trabalhando para ser a maior plataforma tech agro do Brasil. E a transformação digital é o caminho para deixar o agro brasileiro mais produtivo e sustentável”, declara Carlos Barbosa, CEO da Aliare. **AR**

Nasce o Clube Agro Cast!!

Foi uma ideia que surgiu para o Congresso e acabou virando um novo canal de conteúdos, colaborações e muito engajamento de todos os elos do setor. O Clube Agro Cast reuniu no estande do marketplace inovador do Agro Brasil diversos profissionais de criação, planejamento, conteúdo, produção, edição, associações, canais e indústria. “Um belíssimo projeto. Agradeço a todos os participantes e agora vamos trabalhar juntos”, comemorou Evelin Queiroz, do

Marketing do Clube Agro Brasil, primeiro programa de relacionamento multimarca por pontos do agro brasileiro. O Clube ainda recebeu inúmeros parceiros de negócios, ratificou o trabalho conjunto com a AgroFy e selou duas novas uniões. Com a Cibra, empresa com mais de 25 anos de atividades, que entrega mais de dois milhões de toneladas de fertilizantes no país. E com a Rede Uma, União das Mulheres do Agro, que vai criar produtos e serviços para as famí-

lias do segmento, como cursos de gestão rural, informações e até um espaço online para comercialização de jóias da Rede e produtos do Clube. **AR**



Evelin Queiroz (Marketing Clube Agro Brasil) com as mulheres da Rede UMA



Equipe do Clube no Congresso Andav 2023!

CLUBE DE RESULTADOS

- # Mais de cem mil produtores cadastrados
- # Mais de sete bilhões em pontos acumulados
- # Mais de R\$ 6 bilhões transacionados
- # Mais de 1.200 pontos de troca

Bradesco lança E-agro Finance



Estande do e-agro no Transamérica Expo Center.

O Congresso Andav recebeu pela primeira vez o E-agro do Bradesco, a plataforma digital que disponibiliza crédito, produtos e serviços de forma rápida e segura. De acordo com Nadege Saad, head do E-agro, foi uma oportunidade valiosa para o banco apresentar o seu modelo de E-agro Finance aos principais distribuidores de insumos agropecuários do país. “Nossa plataforma chega para oferecer uma gama excepcional de produtos financeiros e não financeiros, por meio de uma

experiência descomplicada, segura e totalmente digital, com condições que amplificam a rentabilidade do setor através da integração do crédito”, explica. O E-agro oferece vantagens significativas aos distribuidores. Como a expansão do canal de distribuição de seus produtos, podendo alcançar uma base de milhares de clientes do banco e, assim, alavancar ainda mais os negócios. E o acesso a linhas de crédito, atendendo a uma antiga demanda desse grupo. “Nem sempre o recurso financeiro obtido é suficiente.

O E-agro Finance é uma solução para mitigar essa dor, desburocratizando o acesso ao crédito”, complementa. Lançado neste ano, o E-agro foi desenvolvido em parceria com o inovabra, ambiente de co-criação do Bradesco, e a IBM. Na plataforma, toda a cadeia do agronegócio (clientes e não clientes do banco) tem acesso a soluções de crédito para produção agrícola, pecuária, empréstimo pessoal, modalidades de seguros, além da oferta de produtos como máquinas e equipamentos, ferramentas de gestão e sustentabilidade. Também é possível contratar a Cédula de Produto Rural (CPR) digital de forma totalmente on-line. A plataforma já conta com importantes parceiros. Em máquinas agrícolas: Massey Ferguson, Jacto, Stara, Valtra, Jan e Jumil. Em insumos e implementos agrícolas: DSM | Tortuga, Boa Safra, Neogen, Nitro e Latina Seeds, Cibra e KWS Sementes. **AR**

Essere Group consagra suas marcas

O Essere Group consolidou grandes parcerias no Congresso com as marcas Bionat, Kimberlit e Loyder, fazendo um grande investimento na positivação do Grupo e fortalecendo sua visibilidade. “Houve uma aproximação muito grande de todos os distribuidores com os principais players da indústria e nossos executivos receberam os visitantes e apresentaram os nossos produtos”, avaliou Luiz Fernando Schmitt, Diretor de Marketing, P&D e de Novos Negócios do grupo, além de Diretor Comercial da Loyder. Destaque para os produtos Leverage HLK, Leverage CA\$H, Potencer Ultra, Blend, Sprinter,

Peregrino, Habitat e Lepthure. Também estiveram presentes no encontro o Diretor Comercial da Kimberlit, Geziel Pergorallo; o Diretor Comercial

da Bionat, Cláudio Ramos; o Diretor de Operações, Luciano de Gissi, e o CEO do Essere Group, Antônio Carlos de Gissi Junior. **AR**



Estande do Essere Group

Indofil lança Preventis e Curatis



Equipes Indofil e AgriConnection no pré-lançamento de Preventis e Curatis

A Indofil, empresa parceira da AgriConnection e proprietária da molécula original de Mancozebe, sendo a segunda maior produtora mundial, realizou em São Paulo o pré-lançamento de Preventis e Curatis, as duas primeiras formulações líquidas de mancozebe em base água. “É uma

grande inovação. Somos a primeira empresa que conseguiu desenvolver essas formulações para soja, milho, algodão, frutas e vegetais. Um trabalho que começou em 2018, de olho nas necessidades do produtor. E com a inovadora formulação TRIPLA SC em base água. Tecnologia Indofil que vai ser comercializada pela AgroConnection”, explica Rogério Duarte, Agrônomo e Gerente de Pesquisa e Marketing da IndofilBrasil. O lavrador e o distribuidor vão encontrar o produto com os coordenadores de vendas da Indofil e por meio da plataforma de vendas mais inovadora do mercado,

que é a AgriConnection. “A Indofil é parceira desde a criação da AgriConnection. E esses são produtos revolucionários. Basta o distribuidor procurar pela gente. Estamos muito felizes de trazer mais essa revolução para atingir novos patamares de produtividade”, completa o Diretor Comercial da AgriConnection, Evaldo Carvalho. **AR**



Espaço Indofil e AgriConnection

Seedz ao lado dos clientes



Time da Seedz em São Paulo

A agtech brasileira Seedz conecta toda a cadeia do setor com tecnologia e inteligência de mercado e aproveitou a maior feira de insumos agrícolas da América Latina para apresentar com maior profundidade as soluções de gestão de programas de fidelidade e incentivos, inteligência de mercado, gestão do relacionamento e engajamento com canal e produtores. “Toda a nossa

liderança esteve presente, visitando estandes dos clientes, recebendo parceiros e prospects no nosso estande, além de demonstrar nossas plataformas, como o Seedz Fidelidade, Seedz Force, Seedz Mercatore a Perfarm para produtores”, comentou Victor Castilho, Brand Manager da companhia. A Seedz também esteve presente nos estandes de três grandes parceiros: Ourofino, Essere e Mosaic. **AR**

Traive lança nova plataforma para distribuidores

Os participantes do Congresso tiveram a oportunidade de conhecer em detalhes o sistema inovador da Traive, que utiliza tecnologia de ponta para fornecer soluções financeiras às revendas, enquanto garante que o mercado de capitais tenha todas as informações e os dados necessários para uma análise de risco qualificada. Por meio de uma análise que utiliza a inteligência artificial da Traive, a solução examina mais de 2.500 fontes de dados e oferece informações atualizadas e precisas em tempo recorde. Como a plataforma concentra todo o processo de crédito agrícola, sua

eficiência agiliza as etapas de análise de dias para minutos. Atualmente, a Traive atende as empresas líderes do setor, que possuem uma carteira de crédito próxima a R\$ 50 bilhões e quase 100 mil produtores rurais. “Nossa plataforma é a primeira a conectar o setor agrícola ao mercado de capitais de maneira completa, desde a análise do background de produtores e revendas, passando por toda a esteira de crédito, até a concessão e compra de recebíveis, em um mesmo sistema. Esse processo gera governança para o setor e histórico de risco para o mercado de capitais”, afirma Fabrício Pezente, CEO


da Traive, fintech com sede nos Estados Unidos e atuação no Brasil desde 2018. A empresa está empenhada em ajudar o agro a obter financiamento de forma rápida e simplificada, impulsionando o desenvolvimento do setor. **AR**



Fabrício Pezente, CEO da Traive, no estande da empresa

8ª Pesquisa Nacional da Distribuição

Levantamento destaca a profissionalização do segmento, o crescimento da entidade, as dificuldades de 2023 e os desafios da mão de obra do setor

É a voz de empreendedores que representam mais de 2200 pontos de venda de insumos agrícolas e veterinários, em todo o Brasil. Participação maciça de 80% dos afiliados à Associação. Uma pesquisa profunda, realizada pela Consultoria Markestrat Agribusiness, de Ribeirão Preto (SP), em abril e maio deste ano. A 8ª Pesquisa Nacional da Distribuição envolveu questionamentos envolvendo Finanças, Perfil do Distribuidor, Recursos Humanos, Equipe Comercial, Marketing, Gestão do Risco, ESG e Relacionamento ANDAV. A cada questionário totalmente respondido, a entidade destinou R\$ 70 ao Hospital de Câncer de Barretos (SP), também conhecido como 'Hospital de Amor', instituição de saúde filantrópica com unidades espalhadas por todo o país, onde atende mais de um milhão de pacientes por ano. "A pesquisa avalia oito temas fundamentais para o mercado da distribuição de insumos agropecuários, contribuindo para o entendimento do cenário nacional e regional, além do planejamento das estratégias de negócios e de atendimento de nossos associados. É uma visão ampla para compreender as oportunidades e os desafios do futuro do segmento", afirmou o Presidente Executivo da Andav, Paulo Tiburcio. 

“A pesquisa é uma visão ampla para compreender as oportunidades e os desafios do futuro do segmento”

Paulo Tibúrcio,
Presidente Executivo da ANDAV



DETALHES DA PESQUISA

- # 80% dos associados estão satisfeitos com os serviços ANDAV mais valorizados.
- # É muito importante que todos os associados respondam a pesquisa, a cada ano, para ilustrar o cenário da distribuição brasileira.
- # Nenhuma seguradora garante mais e R\$ 500 mil para ressarcir prejuízos com roubos de insumos nas distribuidoras. Apenas uma corretora informou recentemente que elevou o valor para R\$ 2 milhões. Um bom exemplo para o mercado.
- # ANDAV e Croplife mantém trabalho conjunto para a informação de roubos e furtos chegar rapidamente à Polícia. É uma medida vital para a localização das empresas donas das cargas recuperadas.
- # O seguro agrícola é uma calamidade no Brasil. Apenas 17% dos produtores fazem.
- # O Instagram deu um salto significativo de 2022 para cá como meio utilizado pelos distribuidores.
- # Não são apenas os grandes que estão comprando pontos de vendas de insumos.
- # A briga está acirrada entre as revendas para contratar e aumentar as equipes de trabalho. 'Um de olho no time do outro'!
- # Crescer o número de lojas não está na cabeça da maioria dos distribuidores.
- # Muita atenção para quem vender no segundo semestre, na corrida da Safra de Verão 2023 / 2024.
- # Hora de ter 'os pés no chão', principalmente. Por causa do resultado da margem líquida dos negócios que vai ser cravada em 2023.
- # Segmentar agora para melhorar a margem.
- # O giro do estoque tem ligação direta com o tipo de cultura que o produtor atendido pelo distribuidor tem.
- # Há muito pequeno e médio distribuidor que está fazendo redistribuição, na Agricultura e na Pecuária.
- # A participação da Pecuária na pesquisa caiu em relação à edição anterior por causa da extrema volatilidade dos preços agrícolas 'para cima'
- # Porém, a área da pecuária é de extrema importância na pesquisa.
- # O universo da ANDAV é predominantemente de pequenos e médios distribuidores.
- # O número da pesquisa relativo ao faturamento com insumos (R\$ 105 bilhões) não contempla os grãos.
- # É o terceiro ano seguido que a pesquisa é realizada pela Markestrat.
- # A ANDAV não tem associados no Amazonas, Amapá e Roraima pela falta de expressividade na produção agropecuária dos três estados.



Equipe ANDAV durante a apresentação da Pesquisa do Distribuidor!

ANDAV

- # 2792 associados
- # 806 cidades
- # 482 matrizes

PERFIL DO FATURAMENTO

- # Acima de R\$ 1 bilhão: 4%
- # De R\$ 600 milhões a R\$ 1 bilhão: 2%
- # De R\$ 300 milhões a R\$ 600 milhões: 8%

- # De R\$ 100 milhões a R\$ 300 milhões: 19%
- # De R\$ 50 milhões a R\$ 100 milhões: 14%
- # De R\$ 20 milhões a R\$ 50 milhões: 21%
- # Até R\$ 20 milhões: 4%

FATURAMENTO INSUMOS

- # R\$ 105 bilhões ao ano
- # Segmentos: defensivos (46%),

- fertilizantes solo (26%), sementes (17%), foliar + bio (9%) e outros (2%)
- # Estados: Mato Grosso (23%), Minas Gerais (22%), Paraná (14%), Goiás (13%) e Mato Grosso do Sul (7%)
- # Culturas: soja (54,9%), milho 2ª safra (20,1%), milho 1ª safra (6,3%), HFF (4%) e café (3,5%)



FATURAMENTO GRÃOS

- # R\$ 40,3 bilhões
- # Soja: 15,9 milhões de toneladas – 61%
- # Milho: 8,2 milhões de toneladas – 32%
- # Trigo: 1,3 milhão de toneladas – 5%
- # Café: 534 mil toneladas – 2%
- # Feijão: 5,4 mil toneladas – menos de 1%
- # Amendoim: 640 mil toneladas – menos de 1%
- # Faturamento nos estados: Mato Grosso e Rondônia (35,2%), Paraná e Santa Catarina (31,9%), Goiás e Distrito Federal: (18,4%), São Paulo (9,3%), Rio Grande do Sul (2,7%), Minas Gerais (1,4%), Bahia (0,5%), MATOPIPA (0,3%) e Mato Grosso do Sul (0,2%)

CATEGORIA DE PRODUTOS

- # Defensivos (herbicidas, fungicidas, inseticidas, outros): 46%
- # Fertilizantes de solo: 26%
- # Sementes: 17%
- # Fertilizantes foliares: 7%
- # Defensivos biológicos: 1%
- # Pecuária (nutrição, medicamentos, ferragens, selaria, acessórios, vacinas): 1%
- # Bioinsumos: 1%
- # Outros: 1%

ESTOQUE DE PASSAGEM

- # 21,3% do faturamento dos distribuidores | 6% acima de 2022
- # Defensivos: 45,5%
- # Fertilizantes de solo: 26,1%
- # Sementes: 17,4%
- # Fertilizantes foliares: 7,2%
- # Defensivos biológicos: 1,3%
- # Outros insumos: 1%
- # Bioinsumos: 0,7%
- # Nutrição animal: 0,3%
- # Medicamentos animais: 0,2%
- # Ferragens: 0,1%
- # Vacinas saúde animal: 0,1%

FATURAMENTO POR ACESSO

- # Produtor; 91,7%
- # Redistribuidores: 8,3%
- # 57% fazem redistribuição
- # 62% do faturamento para redistribuição: quem fatura até R\$ 600 milhões
- # 54% dos que faturam mais de R\$ 600 milhões: direto ao produtor
- # Entre R\$ 300 milhões e R\$ 600 milhões: 18%
- # Entre R\$ 100 milhões e R\$ 300 milhões: 18%
- # Entre R\$ 50 milhões e R\$ 100 milhões: 6%
- # Entre R\$ 20 milhões e R\$ 50 milhões: 2%
- # Abaixo de R\$ 20 milhões: 1%



DESEMPENHO EM 2022

- # Giro do estoque no período: média de 3,5
- # 67,8% de quem respondeu ficou abaixo da média

CRESCIMENTO DE LOJAS

- # 15% em 2022 | 283 novas lojas
- # 64% mantiveram o número de lojas
- # 33% aumentou o número de lojas
- # 3% diminuiram o número de lojas

COLABORADORES

- # Número cresceu 12% | 35 mil colaboradores novos
- # Área administrativa e suporte: 67% | Equipe comercial: 33%
- # Cargos: analista (12%), gerente (7%), coordenador (5%), diretor (2%) e outras funções (74%)

COLABORADORES POR SEXO E CARGOS

- # Diretor: 86% de homens | 14% de mulheres
- # Gerente: 83% de homens | 17% de mulheres
- # Coordenador: 64% de homens | 36% de mulheres
- # Analista: 49% de homens | 51% de mulheres
- # Outras funções: 74% de homens | 36% de mulheres
- # Geral: 71% de homens e 29% de mulheres

ESCOLARIDADE E TREINAMENTO DAS EQUIPES

- # Apenas ensino médio: 41%
- # Somente curso superior: 40%
- # Apenas curso técnico: 10%
- # Pós-graduação ou especialização: 8%

TREINAMENTO OFERECIDO À EQUIPE COMERCIAL

- # Possui planejamento anual: 35%
- # Esporádico: 62%
- # Não realiza normalmente: 4%

TREINAMENTO OFERECIDO À EQUIPE ADMINISTRATIVO & SUPORTE

- # Esporádicos: 67%
- # Possui planejamento anual: 21%
- # Não realiza normalmente: 12%

GESTÃO DOS RECURSOS HUMANOS

- # Política de retenção:
 - 48% empregam |
 - 33% não possuem ações específicas |
 - 19% oferecem plano de carreira e avaliação de desempenho
- # Contratação: 44% CLT e PJ's | 23% CLT nas áreas | 21% CLT e Comercial com PJ's | 12% CLT e PJ mistos para diversas áreas

REMUNERAÇÃO

- # Fixa mais variável (para comercial e vendas): 52%
- # Fixa mais variável (comercial – vendas e PPR): 23%
- # Apenas fixa para todos os departamentos: 12%
- # Fixa mais variável 100% via PPR – PLR: 9%
- # Fixa inclusive Comercial / Vendas: 4%

COMPOSIÇÃO DA EQUIPE TÉCNICA / COMERCIAL

- # Mais de 11 mil colaboradores
- # Engenheiros Agrônomos: 65% (89% de homens e 11% de mulheres)

- # Técnicos Agrícolas: 16% (93% de homens e 7% de mulheres)
- # Outras formações: 16% (82% de homens e 18% de mulheres)
- # Médicos Veterinários: 1% (81% de homens e 19% de mulheres)
- # Zootecnistas: 1% (81% de homens e 19% de mulheres)

EQUIPE COMERCIAL

- # Vendedores – Consultores: 67%
- # Gerentes: 12%
- # Técnico AT: 12%
- # Coordenador: 5%
- # Diretor – Superintendente: 4%

EQUIPE COMERCIAL – FERRAMENTAS E ROTINAS

- # 29% possuem, mas com pouco controle, pouca participação e baixa utilidade gerencial
- # 25% possuem rotina básica e fazem o controle por meio de planilhas preenchidas pela equipe comercial
- # 21% possuem rotinas básicas, mas sem o uso de ferramentas (softwares de CRM ou planilhas) / sem controle formal
- # 20% possuem rotinas e ferramentas (softwares de CRM) e usam no dia a dia. Há controle e direcionamento gerencial a partir dos dados obtidos
- # 5% não possuem rotinas de gestão comercial

ESTRATÉGIAS DE CONTRATAÇÃO

- # 46,3% contratam quem tem experiência em vendas
- # 28,8% contratam pessoas mais jovens, para treiná-las
- # 17,9% contratam independentemente da experiência, para manter equipes com diferentes níveis de desenvolvimento

- # 7% não possuem estratégia definida para contratação

INDICADORES DE ANÁLISE DE DESEMPENHO DO COLABORADOR

- # Margem bruta e rentabilidade: 27%
- # Faturamento: 27%
- # Venda de portfólio: 18%
- # Inadimplência (recebimento de vendas): 16%
- # Abertura de novos clientes: 11%
- # Outros: 1% (retenção de clientes, recorrência, geração de demanda, formalização de garantias, relacionamento com clientes, cuidados com os bens da empresa)

INTELIGÊNCIA DE MERCADO – GERAÇÃO DE INTELIGÊNCIA

- # 31,4%: possuem planejamento, estratégia de vendas, suporte na tomada de decisões
- # 21,4%: existem esforços dispersos em controles individuais
- # 18,8%: não existem dados e processos estruturados
- # 17,8%: existem processos e dados estabelecidos, mas a empresa não utiliza
- # 10,7%: existem processos, dados, geração de inteligência, bom impacto na definição de estratégias comerciais e planejamento em vários níveis

TIPOS DE SEGMENTAÇÃO DE CLIENTES MAIS UTILIZADOS

- # Geográfica: 54% utilizam
- # Potencial de compra do cliente: 50% utilizam
- # Relacionamento com a empresa: 47% utilizam
- # Faturamento: 44% utilizam

- # Tipos de cultura: 44% utilizam
- # Perfil de compra do cliente: 38% utilizam
- # Rentabilidade: 20% utilizam

SATISFAÇÃO DO CLIENTE

- # 62% tomam conhecimento quando o cliente reclama ou elogia
- # 31% faz pesquisa formal, mas não periódica
- # 7% pesquisam, tem equipe responsável e implementam mudanças e melhorias

CANAIS DE ATENDIMENTO E REDES SOCIAIS

- # Whatsapp: 94% utilizam
- # Instagram: 93% utilizam
- # Facebook: 61% utilizam
- # Site: 54% utilizam
- # LinkedIn: 48% utilizam
- # Youtube: 28% utilizam
- # Portal exclusivo de cliente: 11% utilizam
- # Aplicativo próprio: 10% utilizam
- # Tik Tok: 8% utilizam

PRINCIPAIS SERVIÇOS OFERECIDOS COBRADOS E NÃO COBRADOS

- # Assistência técnica: 96%
- # Serviços de logística: 76%
- # Amostragem e análise de solo / Foliar: 72%
- # Tratamento de semente no campo: 51%
- # Tratamento de semente industrial: 42%
- # Agricultura e/ou Pecuária de Precisão digital: 34%
- # Apoio no crédito: 33%
- # Apoio à gestão: 32%
- # Seguro: 29%
- # Armazenagem de grãos: 21%

- # Aluguel ou empréstimo de máquinas e equipamentos: 19%
- # Aplicação de insumos: 17%
- # Serviços de Pecuária (pastagem e nutrição): 12%
- # Serviços de Pecuária (saúde): 9%

EVENTOS

- # Presenciais: 90%
- # On line ou híbrido: 10%
- # Feiras comerciais: 44%
- # Capacitação Técnica: 24%
- # Relacionamento: 22%
- # Dias de Campo: 10%

PAGAMENTO UTILIZADO PELO PRODUTOR – BRASIL

- # Financiamento até 360 dias: 20%
- # Financiamento até 180 dias: 19%
- # Crédito rural: 17%
- # À vista: 17%
- # Barter à prazo: 15%
- # Financiamento até 90 dias: 11%
- # Barter à vista: 2%

CEREAIS E GRÃOS

- # Financiamento até 360 dias: 19%
- # Crédito rural: 19%
- # Financiamento até 180 dias: 18%
- # À vista: 17%
- # Barter à prazo: 16%
- # Financiamento até 90 dias: 8%
- # Barter à vista: 2%



CANA

- # Financiamento até 90 dias: 41%

- # Financiamento até 360 dias: 19%
- # Financiamento até 180 dias: 16%
- # À vista: 16%
- # Crédito rural: 6%
- # Barter à prazo: 2%

HFF

- # Financiamento até 90 dias: 45%
- # Financiamento até 180 dias: 29%
- # Financiamento até 360 dias: 12%
- # Pagamento à vista: 10%
- # Crédito rural: 3%
- # Barter à prazo: 1%

CAFÉ

- # Financiamento até 180 dias: 28%
- # Financiamento até 360 dias: 25%
- # Financiamento até 90 dias: 21%
- # À vista: 12%
- # Crédito rural: 8%
- # Barter à vista: 4%
- # Barter à prazo: 2%



CITRUS

- # Financiamento até 360 dias: 45%
- # Financiamento até 180 dias: 19%
- # Financiamento até 90 dias: 16%
- # Crédito rural: 5%
- # Barter à vista: 2%

PECUÁRIA

- # Financiamento até 90 dias: 43%
- # Financiamento até 360 dias: 15%
- # Financiamento até 180 dias: 32%
- # Barter à prazo: 2%
- # Financiamento até 90 dias: 43%

FINANCIAMENTO DAS OPERAÇÕES DO DISTRIBUIDOR POR CULTIVO BRASIL

- # Fornecedor de insumos: 40%
- # Recurso próprio: 22%
- # Banco privado: 13%
- # Banco público: 7%
- # CRA: 6%
- # Trading: 6%
- # FIDC: 3%
- # Fintech e CDCA: 1%

GRÃOS

- # Fornecedor de insumos: 40%
- # Recurso próprio: 20%
- # Banco privado: 14%
- # Banco público: 8%
- # Trading: 7%
- # CRA: 6%
- # FIDC: 3%
- # Fintech e CDCA: 1%

CANA

- # Fornecedor de insumos: 43%
- # Recurso próprio: 38%
- # Banco privado: 9%
- # Banco público: 4%
- # CRA: 3%
- # FIDC: 2%
- # Fintech: 1%

CAFÉ

- # Recurso próprio: 58%
- # Fornecedor de insumos: 29%
- # Banco privado: 5%
- # Banco público: 4%
- # FIDC: 2%



- # CRA: 1%
- # Trading: 1%

CITRUS

- # Fornecedor de insumos: 66%
- # Banco privado: 14%
- # FIDC: 14%
- # Recurso próprio: 7%

HFF

- # Fornecedor de insumos: 52%
- # Recurso próprio: 31%
- # FIDC: 7%
- # CRA: 6%
- # Banco privado: 5%
- # Banco público: 4%
- # Trading: 1%
- # CDCA: 1%



PECUÁRIA

- # Fornecedor de insumos: 28%
- # CRA: 22%
- # Recurso próprio: 16%
- # Banco privado: 15%
- # Banco público: 14%
- # Trading: 5%

BARTER SIMPLES E PRÓPRIO

- # 53% dos distribuidores não realizam
- # 47% realizam | Simples: 68% - Simples e Estratégico: 32%

BARTER PRÓPRIO E BARTER REPASSE DE FORNECEDORES

- # Somente próprio: 44%

- # Próprio e repasse: 37% | Próprio: 56% - Repasse: 44%
- # Somente repasse (fornecedor): 19%
- Barter simples: triangulação com tradings (produtor – distribuidor – trading)
- Barter estratégico: operações com utilização de estruturas do mercado financeiro (opções, futuros)
- Barter próprio: realizado internamente, distribuidor-produtor
- Barter repasse fornecedor: triangulado junto a fornecedores

REGISTRO DE CPRs E CUMPRIMENTO DE PRAZOS

- # 56% trabalham com CPR
- # 66% dos registros eletrônicos são realizados direto nas registradoras
- # 34% fazem os registros via plataforma de um parceiro
- # 96% das CPRs são registradas em cartório
- # 67% consideram fácil registrar as CPRs nas registradoras
- # 77% tem feito o registro da CPR em 30 dias
- # 53% consideram difícil cumprir o prazo legal de 30 dias para registrar CPRs

PRODUTOS NEGOCIADOS COM CPR

- # Soja: 95%
- # Milho: 70%
- # Café: 15%
- # Algodão: 6%



- # Sorgo: 5%
- # Açúcar & Etanol: 4%
- # Trigo: 4%
- # Amendoim: 3%
- # Gado – Bovinos: 2%
- # Fertilizantes, insumos, mandioca, milho e sementes: menos de 1%

CPR

- # 23,1% do faturamento de insumos é coberto: R\$ 9,9 bilhões
- # Nº de CPR operacionalizadas por ano pelos distribuidores: 66% acima de 200; 25% entre 50 e 200 e 9% menos de 50

OPERAÇÕES DE VENDA LASTREADAS COM SEGURO DE RISCO SAFRA

- # 38% realizam | Vendas equivalem a 17% do faturamento
- # Estados: Acre: 43%; Paraná e Santa Catarina: 36%; Mato Grosso do Sul e São Paulo: 20%; Goiás e Distrito Federal: 18%; Nordeste: 15%; Rio Grande do Sul: 12%; Bahia: 9%; Maranhã, Tocantins, Piauí, Pará e Minas Gerais: 8%; Mato grosso e Rondônia: 4%



ROUBOS E FURTOS

- # 96 ocorrências em 2022
- # Valor médio roubado: R\$ 911 mil
- # Valor médio roubado em 2021: R\$ 638 mil
- # 67 ocorrências em armazéns e 29 no transporte

LOCALIZAÇÃO DAS OCORRÊNCIAS

- # Paraná e Santa Catarina: 31%
- # Mato Grosso e Rondônia: 22%
- # Minas Gerais: 15%
- # São Paulo: 13%
- # Nordeste: 5%
- # Rio Grande do Sul, Goiás, Distrito Federal, Maranhão, Tocantins, Piauí e Pará: 4%

PRODUTOS ROUBADOS

- # Defensivos: 37%
- # Fertilizantes: 12%
- # Máquinas: 11%
- # Material de escritório: 10%
- # Sementes: 7%
- # Biológicos: 1%
- # Outros: 22%

DADOS

- # 62% do prejuízo foram revertidos por pagamento do seguro ou carga recuperada
- # 19% das empresas recuperaram a carga
- # 20% das empresas possuem algum método de identificação dos produtos

CAUSA DOS FURTOS E ROUBOS PARA DISTRIBUIDORES

- # Produtos específicos e ação planejada: 65%
- # Falha de segurança: 30%
- # Informação passa por parceiros/colaboradores: 5%

MEDIDAS APÓS OCORRÊNCIAS

- # Investimentos em estrutura: 54%
- # Sistema de monitoramento: 35%
- # Novo sistema de segurança: 5%
- # Contratação de seguro: 3%
- # Backup diário de dados: 3%

SEGUROS DAS EMPRESAS

- # Empresarial | Roubo: 79%
- # Frota: 78%
- # Transporte: 42%
- # Responsabilidade Civil e Ambiental: 27%
- # Não possuem seguros: 8%

ESG NA DISTRIBUIÇÃO EM 2022

- # Mais de 500 mil pessoas atendidas
- # Mais de 80% dos distribuidores já adotam alguma política de qualidade
- # 30,3% dos distribuidores realizaram projetos
- # R\$ 34,9 milhões investidos em ações ambientais
- # Média de R\$ 436 mil investidos na área
- # Objetivos: reputação da marca, novos clientes e oportunidades de investimentos
- # Iniciativas realizadas: uso de menos energia, gestão de resíduos e cooperação a favor de rios e afluentes, menos impacto da empresa sobre o meio ambiente

INICIATIVAS SOCIAIS

- # Total de R\$ 28,4 milhões investidos
- # R\$ 52,50 por pessoa
- # Áreas: saúde, aprendizagem, apoio à comunidade, inclusão social interna
- # Objetivos: contribuir com a sociedade, saúde dos colaboradores e apoio à diversidade



PRÁTICAS DE QUALIDADE E ESG

- # Possui política formal: 20% possuem
- # Lei geral de Proteção de Dados (LGPD): 62% têm
- # Política de segurança e meio ambiente formalizada: 32% mantém
- # Comitê de Ética e Sustentabilidade: 17% sim
- # Processos Internos Operacionais: 47% estabeleceram
- # Controle de entregas: 56% adotaram

PROCESSOS E FERRAMENTAS | QUALIDADE E ESG

- # Política formalizada: 20% possuem
- # Implantação da LGPD: 62% adotaram
- # Política formalizada de segurança e meio ambiente: 32% instalaram
- # Comitê de Ética e/ou Sustentabilidade: 17% criaram
- # Processos internos estabelecidos: 47%
- # Controle de entregas: 56%

PROCESSOS E FERRAMENTAS | FINANCEIRAS

- # Orçamento anual safra formalizado: 66%
- # Acompanhamento mensal do orçamento anual safra: 74%
- # Demonstrativo de fluxo de caixa mensal: 86%
- # Fluxo de caixa projetado com o acompanhamento mensal: 78%
- # Balanço patrimonial auditado: 49%

QUALIDADE E ESG

- # 20% possuem política formalizada
- # 62% implantaram Lei Geral de Proteção de Dados
- # 32% mantém política de Segurança e Meio Ambiente
- # 17% têm Comitê de Ética e/ou área de Sustentabilidade
- # 47% têm processos internos estabelecidos por procedimentos operacionais padrão formalizados e documentados
- # 56% possuem controle de entregas

“ Nossa empresa sempre foi apoiadora da ANDAV e achamos que a entidade contribui imensamente para os distribuidores de todo o Brasil. Recomendamos a associação para todos os distribuidores que desejam crescer sustentavelmente e com boas práticas”.

Associado de Goiás

SERVIÇOS MAIS VALORIZADOS

- # Representatividade
- # Congresso ANDAV
- # Manuais Técnicos
- # Informativos
- # Atendimento Técnico e Jurídico
- # Pesquisa Nacional
- # Treinamentos Webinar
- # Benefícios Exclusivos

SATISFAÇÃO DO CLIENTE ANDAV

- 2020: 51,6%
- 2021: 51,6%
- 2022: 62,7%
- 2023: 62,8%

Congresso ANDAV 2023 é Plataforma Agrorevenda!

A Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários (ANDAV) reuniu em São Paulo, Capital, nos dias 8, 9 e 10 de agosto, 220 marcas, 160 empresas expositoras e mais de doze mil profissionais em um espaço de 20 mil m². No Transamérica Expo Center, com a organização da Zest Eventos. O Congresso mostrou quinze eventos de painéis, palestras, fórum e talk show, e a participação de mais de 40 especialistas entre debatedores, palestrantes e mediadores. A Plenária reuniu 1.300 congressistas e debateu o tema “Agroeconomia brasileira: um olhar para o futuro”. A abertura contou com os pronunciamentos de Oswaldo Abud, Presidente do Conselho Diretor da Andav; Paulo Tibúrcio, Presidente Executivo da Andav; do Secretário da Agricultura e Pecuária do Estado de São Paulo, Antonio Jú-

lio Junqueira de Queiroz; Superintendente de Agricultura e Pecuária de São Paulo, Guilherme Campos, e da Presidente da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), Silvia Massruhá. A palestra magna ficou a cargo do economista Luiz Carlos Mendonça de Barros.

Outros destaques foram a 8ª Pesquisa Nacional da Distribuição. O ‘Fórum Green Deal: As Implicações do Pacto Verde Europeu ao Brasil’, em parceria com a Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG). Os painéis ‘O cenário global da distribuição de insumos’, ‘Distribuição 360°: Novos Negócios e Oportunidades’, “Comunicação, Educação e Sociedade: análises transversais sobre o agro”. A palestra do professor universitário americano Philip Kotler, que falou sobre os principais conceitos do Marketing 5.0. Um mergulho na dis-

tribuição internacional com Alberto Yoshida, Diretor Conselheiro Andav; Daniel Quiñonez, CEO da Ansa Sapi, do México; e Johan Nienaber, Diretor Regional Inteligro, da África do Sul.

Por fim, os temas Comunicação, Educação e Sociedade no Agro. O jornalista Alexandre Garcia frisou que o setor necessita de mais vozes na política, mídia e nas escolas. E o professor da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP), Clóvis de Barros Filho, abordou a inovação como um movimento permanente de melhoria de todos. A ANDAV representa o segmento há mais de 32 anos e reúne mais de 2.700 empresas de todas as regiões do Brasil. E a próxima edição do Congresso ANDAV já tem data marcada: 6, 7 e 8 de agosto de 2024, no mesmo local, e com uma nova expansão. **AR**



Grupo Publique é Distribuição!

O Grupo Publique participou com força total do Congresso até porque a Distribuição de insumos agrícolas e veterinários é o coração da Plataforma AgroRevenda e seus produtos de comunicação como a coluna Radar Agro, o Papo de Prateleira, a revista digital e impressa AgroRevenda, o site agrorevenda.com.br, o espaço corporativo grupopublique.com.br, o AgroRevenda News, os Guias AgroCooperativas e Falando de Bichos. Mas também marcamos presença nos três dias de evento com a plataforma Fala Carlão. E comunicamos tudo o que rolou pela internet, em todas as redes sociais. O Congresso Andav 2023 foi mais um gol de placa do Grupo Publique. **AR**



Estande Plataforma AgroRevenda e Grupo Publique.



Riba Ulisses com o superatleta Daniel Dias.



Vinicius (Grupo Publique), Evelyn (Clube Agro Brasil) e Riba Ulisses (Plataforma AgroRevenda).



Fala Carlão em gravação.



A produtora rural, Sônia Bonato.



Programa Fala Carlão gravando entrevistas no evento.




Riba participando de gravação do Clube AgroCast.

A Distribuição Brasil Cresce!

A mostra da revenda de insumos agropecuários da Plataforma AgroRevenda cresce e espelha com mais precisão o retrato desse importante setor do Agro Brasil

Como a Plataforma AgroRevenda adiantou a você leitor, na edição passada, estamos mapeando os grandes nomes da distribuição de insumos agrícolas e pecuários do Brasil. Cada vez com mais precisão. O Agro Brasil responde por um Produto Interno Bruto (PIB)

de US\$ 500 bilhões, exportações de US\$ 160 bilhões ao ano e a terceira colocação como maior produtor mundial de cereais, atrás apenas da China e dos Estados Unidos. Com apoio de mais de seis mil revendas e distribuidores de insumos estruturados, reunidos sob bandeiras corporativas

nacionais e internacionais, fundos de capital externo, empresas regionais e estaduais. Seguiremos atualizando continuamente nossa mostra. Assim como as revendas seguem avançando. Do ano passado para cá, quase 290 lojas novas foram abertas. Sinal de vitalidade. Da Agro Economia nacional. 

REDISTRIBUIDORES

AGRODISTRIBUIDOR CASAL

Sede: Serra (ES)

Origem na Casa do Adubo, Família Covre - Fundo Axxon – Hoje Nutrien

Presença em 14 estados

AGROQUIMA PRODUTOS AGROPECUÁRIOS LTDA

Sede: Goiânia (GO)

Diretor Executivo: Aldo Maia de Assunção Junior
25 lojas

AGROSS

Sede: Campinas (SP)

Sócios-Fundadores: Luiz Rossi e Vado Montagnani
Oito Centros de Distribuição: Campinas (SP), Carazinho (RS), Petrolina (PE), Cariacica (ES), Sete Lagoas (MG), Pouso Alegre (MG), Lins (SP) e Anápolis (GO)

BASSO PANCOTE

Iniciou em 1990

Sede: Nova Alvorada (RS)

Mais de 10 mil clientes

Atua em todos os estados produtores

CAMPO TOTAL ATACADO – GRUPO CAMAROTTI - IHARA

Sede: Maracanaú (CE)

Atacado de Insumos Agropecuários

Anunciada em 2021

Gestão: Salvino Camarotti, Luiz Carlos e José Luiz

DIAMAJU AGRÍCOLA

Sede: Anta Gorda (RS)

30 anos de atividades

Divisões: agrícola, agropecuária, veterinária e Pet

Possui marcas próprias

Atende no Rio Grande do Sul, Paraná e em Santa Catarina

Fundador: Jairo Casagrande

CEO: Diogo Casagrande

Centro de Distribuição em Curitiba (SC) e Guarapuava (PR)

DIAMIG - GRUPO ADUBOS REAL

Sede: Pouso Alegre (MG)

Atende os Estados de Minas Gerais e Espírito Santo

Iniciou atividades em 1982

31 unidades

UNIAGRO

Sede: Luís Eduardo Magalhães (BA)

Surgiu em 2005

Atua em sete municípios da Bahia e do Tocantins

NORDESTE ATACADO SOMMA

Fundada em 1987

Sede: Jaboatão dos Guararapes (PE)

Fundador e Diretor Presidente: Marcus Madeira

Seis filiais | Opera em nove estados

RESOLPEC - ATACADO E DISTRIBUIÇÃO

Fundada em 2022

Sede: Antônio Prado (RS)

Atende todo o Rio Grande do Sul

UNIAGRO INOVAÇÃO E RESULTADO

Sede: Garibaldi (RS)

Seis sócios fundadores

Diretor Geral: Paulo Gondim

8 estados de atuação

DISTRIBUIDORES!

ACERO AGRONEGÓCIOS

Fundado em 2002

Sede: Carmópolis de Minas

Destaque para o projeto

'Aceros na escola' que mostra o agro às crianças

ADUBOS REAL | MARUBENI

Sede: Pouso Alegre

Diretor Executivo: Geraldo Alvarenga

31 Unidades de negócio

ADUFERTIL - INDORAMA

Sede: Jundiá (SP)

Iniciou atividades em 1980

Sete revendedores regionais

AGREX DO BRASIL - MITSUBISHI CORPORATION - SYNAGRO

Sede: Goiânia (GO)

Surgiu em 2013

30 unidades

AGRÍCOLA ALVORADA | BUNGE

Sede: Primavera do Leste (MT)

Presidente: Jarbas Weiss

21 Unidades de negócio

AGRIMAR

Fundada em 1970

Sede: Caxias do Sul (RS)

Dez unidades de negócios

Fundadores: Nadir Pedro Rizzi e Giacomo Rizzi

AGRIVITTA PAIXÃO PELA AGRICULTURA

Sede: Matão (SP)

45 anos de atuação

Fundada por Paulo Roberto de Toledo

Sócios: Renato Francisco

de Toledo e Paulo Roberto

de Toledo Filho

10 unidades

Marca própria: Attivare

AGRO AMAZÔNIA – GRUPO SUMITOMO CORPORATION

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

AGROBANCO – MARUBENI – ADUBOS REAL

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

AGROCERRADO

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

AGROFEL | BUNGE

Fundada em 1977, em Palmeira das Missões (RS)
Sede: Porto Alegre (RS)
Presidente do Conselho: Wilson Ferrarin
56 armazéns e lojas

AGROFITO INSUMOS AGRÍCOLAS

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

AGROFORTE

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

AGROLINE PRODUTOS AGROPECUÁRIOS

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

AGROLÓGICA

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

AGROGALAXY

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

AGROKafa

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

AGROMANO

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

AGROMINAS

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

AGROPECUÁRIA BOI FORTE

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

AGROPOLLO COMERCIAL AGRÍCOLA

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

AGROSANDRI

Sede: Taió (SC)

Atua há 35 anos

Fundador: Adinei Sandri

CEO: Thiago Sandri

Atua com Equipamentos, Nutrição, Medicamentos, Ferragens e Pet.

Um Centro de Distribuição em Carazinho (RS)

AGROSUL

Fundada em 1971

Sede: Feliz (RS)

Fundadores: Waldomiro e Paulo Freiberg

Atua com Agropecuária, Frigorífico e Fábrica de Rações

AGROSUPORTE

Sede: Catalão (GO)

Surgiu em 1984

Fundador: Roberto Paschoal Safatle

AGROX – SLC AGRÍCOLA

Sede: Barra Bonita (SP)

Especialista em fertilizantes e adjuvantes

AGRUS

Surgiu em 2016

Sede: Lucas do Rio Verde (GO)

Fundadores: Antônio Carlos Costa e Fabrício Rezende

Uma filial

ALVORADA PRODUTOS AGROPECUÁRIOS | KINEA

Sede: Campo Grande (MS)

37 anos de atividades

Presidente: Feres Soubhia Filho

40 lojas em sete estados

AP AGRÍCOLA

Sede: Piumhi (MG)

CEO: Marco Antônio Lima Menezes

Seis unidades de negócio

APROVAR AGROPECUÁRIA

Sede: Varginha (MG)

Fundada em 1994

Quatro unidades de negócio

Fundadores: Adelino Nogueira e José Anízio Baladin

ARAGUAIA PRODUTOS AGROPECUÁRIOS

Sede: Anápolis (GO)

Fundada em 1978 e marca de 1987

49 unidades de negócios

ATIVA AGROPECUÁRIA

Atua há 20 anos

Sede: Goiânia (GO)

Trabalha com citrus, hf's e seringueira

Sócio Diretor: Almir Cavalcanti

Uma filial

BARRACA MISSÕES

Sede: Bossoroca (RS)

43 anos de atividades

Seis unidades

BELAGRÍCOLA – DAKANG INTERNATIONAL FOOD & AGRICULTURE

Sede: Londrina (PR)

Surgiu em 1985

Fundada por João Colofatti

37 unidades no Paraná, em São Paulo e Santa Catarina

BOASAFRA

Fundada em 1978

Sede: Ji-Paraná (RO)

12 lojas, dois secadores de grãos e uma fazenda

CAMPO FERTIL

Sede: Anápolis (GO)

Diretores: Cláudio Cota e Henrique Prado

Três Unidades de Negócios

CASA DAS RAÇÕES VACARIA (CRV)

Sede: Vacaria

38 anos em atividade

Fundadores: Cláudio Bof e Clóvis Colombo

Gerente: Marcos Polli

CASA DO CRIADOR

Sede: Porangatu (GO)

Iniciou atividades há 39 anos

Fundadores: Paulo Van Der Laan e Jurgen Markus Muller

CASA FÉRTIL

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

CASA TREVO

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

CASSUL DISTRIBUIDORA

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

CATIVA AGRO

Sede: Petrolina (PE)
Gerente Comercial: Italo Macedo
Atua em seis estados do Nordeste

CENTRAL DE ADUBOS

Sede: Juazeiro (BA)
Nasceu em 2010
9 filiais
Especializada em fertilizantes

CHARRUA

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

CIA AGRO

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

CIA DA TERRA

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

CIA DA TERRA

Sede: Uberlândia (MG)
Fundador: Paulo Claudino Peres
4 filiais
Sócios: Maílson Sebastião Gundim, Wilson Schulze de

Oliveira, Nilson Gamba Júnior e Crizol Aparecido de Rezende

CIMOAGRO

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

COAGRO

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

COMAPE COMERCIAL AGRÍCOLA PECUÁRIA

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

COMERCIAL FRIBURGUENSE

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

COMID

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

COMPANHIA DA TERRA

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

CULTIVAR

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

CULTURA AGROMAIS

Sede: Patrocínio (MG)
CEO: César de Oliveira

Onze unidades de negócio

DEFESA AGRÍCOLA

Sede: Linhares (ES)

Surgiu em 2003

Fundador: José Guilherme Rizzo

Uma filial

DEKRA

Sede: Londrina (PR)

Especializada em produtos farmacêuticos veterinários

Comercializa em 63 países

DELTA AGRÍCOLA

Sede: Piracanjuba (GO)

Diretores: José Arlindo Bianchi e Ronaldo Lucchesi

22 anos de atividades

4 unidades de negócios

DIRETA INSUMOS AGRÍCOLAS

Sede: Sinop (MT)

Começou em 2015

100 grandes clientes de milho e soja

Atua com nutrição vegetal e biológicos

CEO: Fabrício Picolo

DISPROVEL – DISTRIBUIDORA DE PRODUTOS VETERINÁRIOS

Sede: Várzea Grande (MT)

Surgiu em 2006

Atua em Mato Grosso, Rondônia e Acre

CEO: Henrique Pagliari

DIZAM

Sede: São Miguel do Iguaçu (PR)

Iniciou atividades em 1982

22 unidades

DUQUIMA AGRONEGÓCIOS

Surgiu em 1984

Sede: Bom Jesus (GO)

Fundador: Alin Pedro Rodrigues

4 filiais

EUROCHEM BRASIL

Fundada em 2016

Sede Administrativa em Goiânia (GO)

24 unidades produtivas

FIAGRIL - DAKANG

Sede: Cuiabá

36 anos de atividades

20 filiais em Mato Grosso e Tocantins

FITOVET - GOPLAN

Fundada em 1997

Sede: Paraguaçu (MG)

Fundadores: Giovani Rodrigues Prado e José Tibúrcio do Prado Neto

FLORINDO AGRO

Sede: Barra do Bugres (MT)

Fundada em 1995

Também atua em Mato Grosso do Sul

Diretor Comercial: Fabiano Florindo

FORTE & FÉRTIL SOLUÇÕES AGRÍCOLAS LTDA

Sede: Dois Córregos (SP)

CEO: Antonio Ferreira de Castilho e José Paulo Lustosa de Magalhães

FUTURA AGRÍCOLA

Sede: Erechim (RS)

25 anos em atividade

10 unidades

GAIA AGROSOLUTIONS

Sede: São Paulo – Capital

Oferta soluções biológicas

GEAGRO

Sede: Três Pontas (MG)

32 anos de atividades

Atua em dez municípios

GEES S/A - RIZA

Sede: Balsas (MA)

Começou a atuar em 1982

Diretor Presidente: José Antonio Gorgen

19 filiais no Maranhão e Piauí

GRUPO RAÇA AGRO

Sede em Mato Grosso

Vinte lojas em cinco estados

CEO: João Antônio Fagundes Neto

INCAMPO

Surgiu em 2007

Sede: Dourados (MS)

Fundador: Narciso Arruda e as filhas Patricia e Fernanda

IMPERAGRO

Fundada em 2000

Sede: Imperatriz (MA)

Fundadores: Reginaldo Shigeru Komatsu e Telma Cristina Ataíde Komatsu

Atende produtores do Maranhão, Pará e Tocantins

IMPORTADORA BAGÉ

Sede: Porto Alegre (RS)

Completa 70 anos de atividades em 2024

1ª distribuidora veterinária do Brasil

Atende os estados de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul

Grandes animais e pets

Dono: Rui Krenzenger

INTEGRAÇÃO AGRICULTURA E PECUÁRIA

Iniciou atividades em 199

Sede: Mineiros (GO)

Fundador: Ademir Pedrinho Berghahn

Mantém consultores em cinco municípios

Estendeu presença para Mato Grosso em 2022

I.RIEDI GRÃOS E INSUMOS

Sede: Cascavel (PR)

Fundado pelos irmãos Ludovico, José, Ernesto e Albino Riedi

Diretora Presidente: Wanda Inês Riedi

46 unidades

LAVORO | PÁTRIA

Sede: São Paulo (SP)

CEO: Ruy Cunha

193 lojas

Abrange as bandeiras:

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

LAVROTERRA

Sede: Luís Eduardo Magalhães (BA)

Fundada em 1998

Fundadores: Ubaldo Botton, Nadir Cappellesso e Moacir Masiero

CEO da BMC Lavroterra Participações: Luiz Hildebrando de Castro e Silva

MOCELLIN COMÉRCIO DE INSUMOS AGRÍCOLAS

Sede: Sinop (MT)

Atuando desde 1990

10 unidades atendendo mais de 30 municípios

NATIVA AGRÍCOLA

Sede: Formosa (GO)

Fundada há 17 anos

Oito sócios proprietários

13 unidades de negócios em cinco estados

NATIVA AGRONEGÓCIOS - GRUPO SUMITOMO CORPORATION – AGRO AMAZÔNIA

Sede: Patos de Minas (MG)

Começou a operar em 2000

Fundadores: João Batista e Luciano Prado

10 unidades de negócios

NORTE SUL AGRO

Fundada em 2005

Sede: Palmas (TO)

Fundadores: Juliano Santos e Alan Barbiero

Duas filiais

NOVA GERAÇÃO

Criação: 1998, em Bragança Paulista (SP)

Sede: Pinhalzinho (SP)

Fundador: José Rafael Lisboa Tanajura

Uma filial

NUTRIEN

Sede: Saskatoon (Canadá)

CEO: Carlos Brito

4 anos de atuação no Brasil

130 lojas

Abrange as bandeiras:

Terra Nova, Utilfertil, Tec Agro, agrichem, Bio Rural, BRA, Agroquímica, Grupo Agrosema, Casa do Adubo, Safra Rica, Marca Agromercantil, Sementes Goiás

NUTRIMAQ – ADUBOS REAL

Sede: Teixeira de Freitas (BA)

Surgiu em 1991 | Nova marca em 2000

Fundadores: Nilza Alves Dias Coelho e Bento Mario Machado Coelho

Seis unidades na Bahia e no Espírito Santo

ORGANOCAMPO

Sede: Penápolis (SP)

Quatro anos de atividades

400 clientes de cana, soja, batata doce, banana e amendoim

CEO: Gustavo Penteado

ORÍGEO – UPL & BUNGE

Sede: Mato Grosso

CEO: Roberto Marcon

Oferta de insumos, serviços de consultoria e escoamento de safra

Foco: oferta para cinco estados do Norte e Nordeste

OURO SAFRA

Sede: Pilar do Sul (SP)

Fundador: Valdinei de Carvalho

Mais de 50 unidades de negócio (lojas e armazéns) em oito estados

PAIOL

Sede: Sorriso (MT)

Fundada em 2001

Duas outras lojas

Fundador: Fabiano Alves Marson

PANTANAL AGRÍCOLA | BUNGE

Sede: Campo Grande (MS)

Diretor Executivo: Jonis Asmann

13 lojas

PASTOREIO AGROPECUÁRIA

Fundada em 1995

Sede: Umuarama (PR)

Fundadores: Levino Piai e Osvaldo Marchi

Duas unidades

PIRÂMIDE AZUL

Sede: Ribeirão Preto (SP)

20 Anos de atividades

Distribuição de produtos pet

PLANTAR AGRO

Sede: Cascavel (PR)

Começou em 1978

Fundador: Ângelo Custódio Romero

Duas filiais

PLANTYAGRO

Sede: Anápolis (GO)

Mais de mil clientes na Bahia, em Goiás e Minas Gerais

HF, frutas, milho e cereais | Pequeno e médios produtores

Proprietário: Helder Luiz Martins

PONTO RURAL

Sede: Londrina (PR)

Começou a operar em 1994

CEO: Teiji Okuhara, Helio Toda e Luiz Takashi Sudo

11 lojas em dois estados

PRECISÃO RURAL

Fundada em 2001

Sede: Nova Aurora (PR)

Fundadores: Aldair Santos e Rose Santos

Sócio: Galhano Aranha

Atuação em 14 municípios

PRODUTIVA IJUÍ

Fundada em 1995

Sócio Proprietário: Juarez Neme da Costa

Atende produtores de canola, soja, milho, trigo e aveia

PRODUZA INSUMOS AGRÍCOLAS

Sede: Carazinho (RS)

Iniciou atividades em 1995

27 unidades

Fundadores: César Paulo Rizzardi e Luis Augusto Weber

PRODUTIVA INSUMOS AGRÍCOLAS

Fundada em 2015

Sede: Santarém (PA)

Sócio Fundador: Maurício José Durigon

PROFARM INSUMOS AGRÍCOLAS

Sede: Lucas do Rio Verde (GO)

Iniciou em 2019

Fundadores: Luiz Eduardo Burlacenco e Pedro Duarte
5 unidades

PROTEC

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

RUMO.AGRO

Sede em Campo Novo dos Parecis (MT)
Fundadores: Paulo Lima e Domingos Mocellin
Seis Unidades de Negócios

RURAL SOLUÇÕES E SERVIÇOS

Fundada em 2001
Sede: Tangará da Serra (MT)
Vinte anos de atividades
Diretor Executivo: Carlos Alberto Pasquini
Duas filiais

SC TEC

Surgiu em 1995
Sede: Recife (PE)
Fundador: Salvino Camaroti
Oito lojas em sete estados

SEMEAR

Sede: Maceió (AL)
Fundadores: Marcos Fernando Pacheco e Hélio Jatobá Neto
8 filiais em nove estados

SETEC AGRO

Sede: Uberlândia (MG)
Duas filiais

SINAGRO | BUNGE

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

SIVEL DISTRIBUIDORA E IMPORTADORA DE PRODUTOS AGROPECUÁRIOS LTDA

Sede: Erechim (RS)
Atua há vinte anos
Segmento de mercado de importação, distribuição e industrialização

SYNGENTA | SYNAP

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

SOMA AGRÍCOLA

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

SPAÇO AGRÍCOLA

Fundada em 2000
Sede: Goiatuba (GO)
Fundadores: Carlos Gomes e Volneimar Lacerda
Duas filiais e escritórios avançados
Mais de mil clientes

SUL AGRÍCOLA

Sede: Curitiba (PR)
40 anos de atividades
6 unidades no Paraná e em Santa Catarina |
13 unidades de recebimento de grãos

SULGOIANO AGRONEGÓCIOS

Fundada em 2007
Donos: Elias Fernandes, Everaldo Pereira e Eurípedes Fonseca
5 lojas em Goiás e Tocantins

SUPREMA AGROPECUÁRIOS | GRUPO AGROBOI CAMPO & CIDADE | ZOOTECA SUPLEMENTAÇÃO ANIMAL

Fundada em 2008
Sede: Alta Floresta (MT)
Diretores: Alex Sierra e João Antônio Fagundes

TCHÊ PRODUTOS AGRÍCOLAS

Sede: Formosa (GO)
22 anos de atividades
Fundadores: Jorge Etcheverria, André Gontijo e Wilson Baron
9 unidades em Goiás e Minas Gerais

TERRA FÉRTIL

Surgiu em 1994

Sede: Limoeiro do Norte (CE)

Fundador: Marcello Coura

Ainda atua no Rio Grande do Norte, Paraíba e Maranhão

TERRENA

Sede: Patos de Minas (MG)

Atua desde 1971

Diretor Presidente: Marco Antônio Nasser de Carvalho
10 unidades

TOAGRO

Fundada em 2010

Sede: Guaraí (TO)

Fundador: Edvan Rocha

Atende clientes no Tocantins, Maranhão e Pará

TRISOLO

Fundada em 1992

Sede: Catalão (GO)

Sócio Proprietário: Sebastião Rodovalho

TRITEC

Sede: Lajeado (RS)

Começou em 1986

Fundadores: Astor Fell e Vilmar Zanotto

Três filiais | Tritec Cereais

TOMATEC AGRO COMERCIAL LTDA

Sede: Campinas (SP)

Três unidades de negócio

Fundadores: Antônio Takao Hanguí e Pedro Luis

3TENTOS

Sede: Santa Bárbara do Sul (RS)

CEO: Luiz Osório Dumoncel

53 unidades

28 anos de atividades

YOSHIDA & HIRATA AGRONEGÓCIOS LTDA – ADUBOS REAL

Sede: Biritiba Mirim (SP)

Iniciou atuação em 1974

Fundadores: Makoto Yoshida e Paulina Thyioco Hirata Yoshida

Presidente: Alberto Yoshida

3 filiais e quatro mil clientes

MARKETPLACE

AGRO2BUSINESS

Sede: Taboão da Serra (SP)

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

Site: agro2business.com

AGROFY

Sede: São Paulo

No Brasil desde 2018

Marketplace Agrícola, E Commerce, Internet, Agribusiness e Agro

Diretor de Negócios Brasil: Diego Arruda

Site: agrophy.com.br

AGROSHOP

Comercializa tratores, colheitadeiras, plantadeiras, pulverizadores, propriedades rurais e animais

CEO: Mário Augusto Silveira

BROTO

Sede: São Paulo (Capital)

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

Site: broto.com.br

CLUBE AGRO BRASIL

Sede: Barra Bonita (SP)

Programa de relacionamento multímarcas

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

Sócios: Simone Rodrigues e Eduardo Fernandes

Site: clubegro.com.br



JPAGRO

Sede: Lavras (MG)
Surgiu em 2009
Ainda oferece o JPA Bank, que antecipa recebimentos para os fornecedores
Site: jpaagro.com.br

MFRURAL

Sede em Marília (SP)
Nasceu em 2004
Fundador: Wilson Lucas
R\$ 1 milhão em negociações por hora |
1,9 milhões de usuários por mês
Site: mfrural.com.br

OPÇÃO AGRONEGÓCIOS

Sede: Uberlândia (MG)
Fundada em 2011

ORBIA – BAYER & BRAVIUM

Sede: São Paulo (Capital)
Marketplace de insumos agrícolas, commodity e fidelidade
240 distribuidores
CEO: Ivan Moreno
Site: orbia.ag

SBC AGRONEGÓCIOS

Sede: São Paulo (Capital)
Negocia insumos, grãos, máquinas, sementes, madeira e rebanhos
Site: cbcagronegocios.com.br

SUPER CAMPO

Sede: Curitiba (PR)
120 mil produtos disponíveis e mais de 500 lojistas parceiros
Criado por cooperativas de São Paulo, Santa Catarina, do Paraná e Rio Grande do Sul
Site: supercampo.com

VILLA VERDE AGRO

Sede: Ribeirão Preto (SP)
Fundada em 2014
Site: villaverdeagro.com.br

OPERADORES LOGÍSTICOS

ASTUTILOG

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

BRAVO SERVIÇOS LOGÍSTICOS

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

COMANDO LOG

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

FERRAGENS NEGRÃO

Sede: Curitiba (PR)
Fundada em 1968
Fundador: Myron Saling
18 Centros de Distribuição

FERTGROW

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



GOLDEN CARGO

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

GRUPO TONIATO

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

LUFT AGRO

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

KOTHE TRANSPORTE E LOGÍSTICA S/A

Iniciou em 1070
Sede em Jundiaí (SP)
Frota de 1.500 veículos (próprios e agregados)
16 armazéns | 30 filiais no Brasil

TAMBASA ATACADISTAS

Fundada em 1969
Sede: Contagem (MG)
Fundador: Miguel Bartolomeu
Duas filiais no Estado

FUNDOS

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

OPERAÇÕES INDEPENDENTES

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

EMPRESAS E GRUPOS INVESTIDORES

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



connan Geração de resultados.

Suplementação mineral Aglomerax para bovinos e os bons impactos no rebanho

AGLOMERAX

POLINUTRIENTE
AGLOMERADO

A escolha do suplemento mineral impacta diretamente nos resultados do rebanho. Desta forma, o fornecimento de um produto que propicie o consumo homogêneo dos minerais, tanto no sol quanto nas chuvas, é uma ferramenta essencial para o bom desempenho do rebanho.

Neste sentido, a Connan – que fornece e fabrica produtos voltados para a nutrição animal com alta qualidade e segurança no alimento – desenvolveu a tecnologia Aglomerax.



O que é Aglomerax?

É uma tecnologia de fabricação de suplementos que aglomera os nutrientes numa mesma partícula.

Este processo de alta tecnologia protege o suplemento mineral do empedramento no cocho e reduz as perdas com a passagem da água da chuva.

Eficiência comprovada

Experimentos realizados pela Embrapa Gado de Corte de Campo Grande (MS) comprovaram bons resultados a campo.

De acordo com os estudos, durante o período das águas, o Aglomerax apresentou rendimento 16% superior quando comparado aos suplementos em pó, o que garante sucesso nos ganhos do rebanho, favorecendo a expressão do potencial genético do animal, saúde e ganho de peso.

Em experimento realizado com gado em recria, houve tendência de ganho médio diário adicional de 40g/dia nos animais que receberam Aglomerax, em comparação com os animais tratados com suplemento em pó comum.

Benefícios do Aglomerax

Rendimento

▲▲ **16%**

superior durante o período das águas

- Supre a necessidade de alimentação
- Boa aceitação pelos animais
- Ganho de peso e eficiência reprodutiva

Conte com a Connan para realizar o **planejamento nutricional** em sua propriedade e aproveitar o potencial do período das chuvas!

Boituva
(15) 3363-9800

Campo Verde
(66) 3419-4800

connan.com.br


 /connan.official

Fertilizante Brasil pode crescer em 1,7 milhão de toneladas

10º Congresso Brasileiro de Fertilizantes da ANDA celebra aumento das entregas para 2023 – 2024 e celebra o Conselho Nacional de Fertilizantes e Nutrição de Plantas

As entregas de fertilizantes no Brasil podem crescer para 42,8 milhões de toneladas na safra 2023 | 2024, bem acima das 41,1 milhões de toneladas da safra anterior. A estimativa foi divulgada pelo sócio da MB Agro, Alexandre Mendonça de Barros, durante o 10º Congresso Brasileiro de Fertilizantes, evento realizado na capital paulista, em agosto passado. “Entre os fatores para o aumento na demanda, destaque para a relação de troca favorável entre fertilizante e grãos) ao agricultor depois da queda nos preços dos adubos”, complementou Barros. O ministro da Agricultura e Pecuária (MAPA), Carlos Fávaro, participou da abertura e sublinhou a importância dos insumos para o maior programa de produção sustentável de alimentos do mundo, que está sendo desenvolvido



Mendonça de Barros: “Há áreas novas que precisam ser corrigidas”



10º Congresso. “Importação de fertilizantes podem crescer 20% até 2030”

pelo ministério em parceria com a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e Banco do Brasil. “Fertilizante é sinônimo de alimentos, de emprego, de oportunidades, de crescimento e estabilidade da economia e controle inflacionário, porque afinal de contas, não se produz alimentos se não tivermos fertilizantes. Fertilizante é segurança nacional e significa paz no mundo porque onde tem comida, tem paz”, ressaltou o ministro.

O Conselho Nacional de Fertilizantes e Nutrição de Plantas (Confert) vem se dedicando na elaboração de políticas públicas para diminuir a dependência da importação de fertilizantes e garantir mais

competitividade ao país. “O Brasil é quarto maior produtor agrícola mundial, maior exportador de soja do planeta, mas 85% dos fertilizantes usados na produção brasileira são de origem estrangeira. De 1998 a 2001, por exemplo, houve um crescimento de 440% na importação de fertilizantes. A dependência externa nessa área custa US\$ 25 bilhões por ano. Precisamos reverter esse quadro com investimento em pesquisa e tecnologia”, disse o vice-presidente da República, ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, e presidente do Confert, Geraldo Alckmin.

Além da importação dos fertilizantes, também vêm de fora mais de 90% das tecnologias utilizadas na indústria do setor. Por isso, uma das medidas já

adotadas foi a criação de um grupo de trabalho para a implementação do Centro de Excelência em Fertilizantes sob coordenação da Embrapa, que também conta com uma rede de pesquisa de mais de 50 tecnologias em fertilizantes e insumos para nutrição de plantas já nos próximos três anos.

E o MAPA ainda trabalha num sistema de informação unificado para a desburocratização dos processos de licenciamento e registros, desde a pesquisa mineral até a distribuição de fertilizantes, ao lado do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC); Ministério de Minas e Energia (MME), e Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima (MMA). Entre os temas que estão em debate pelo setor, estão o papel do Brasil e desses insumos na solução de desafios globais. Como a segurança alimentar. “O Brasil desenvolveu tecnologia para produzir alimentos com eficiência. Nossa área plantada com agricultura há 50 anos era algo em torno de 27 milhões de hectares e éramos importadores de alimentos. A partir da Embrapa e da pesquisa privada que se aliou e desenvolveu,



Marcos Jank - Inspier. “Brasil precisa investir nas indústrias complementares”

incrementamos 140% a mais de área ocupada com a agricultura, mas o que é mais importante, 580% foi o nosso crescimento da produção”, detalhou o ministro da Agricultura e Pecuária. Agora, o Mapa vem trabalhando num programa que pretende dobrar a área de produção agrícola com a incorporação de mais 40 milhões de hectares de pastagens de baixa produtividade nos próximos 10 anos.

“Vamos incrementar esses 40 milhões de hectares preservando e conservando o meio ambiente, transformando pastagens emissoras de carbono em áreas eficientes que capturam a emissão com boas práticas de sustentabilidade e trabalhistas e, para que isso aconteça, só tem um caminho: investir em fertilizantes”, garantiu Fávaro. Outro cenário de oportunidades com o Confert é o programa Gás para Empregar, oportunizando mais competitividade para a produção nacional de nitrogenados.

O 10º Congresso Brasileiro de Fertilizantes foi promovido pela Associação Nacional para Difusão de Adubos (ANDA) e debateu quatro painéis: ‘O Brasil e os fertilizantes como solução aos desafios globais’, ‘Novos mecanismos globais para transição energética’, ‘Desafios para atender as novas metas climáticas globais’ e ‘Plano Nacional de Fertilizantes e as oportunidades para os investimentos’. O evento reuniu cinco mil pessoas, entre participantes presenciais e acessos à live transmitida nas redes sociais. Experts em várias áreas do agronegócio, com olhar apurado para as especificidades do setor de adubos, debateram mecanismos para transição energética, desafios



Eduardo de Souza Monteiro. “55 anos atuando pela importância do fertilizante como insumo e alimento”

globais, metas climáticas, logística, infraestrutura e o Plano Nacional de Fertilizantes (PNF). A abertura teve o discurso do presidente do Conselho de Administração da Anda, Eduardo de Souza Monteiro. “O setor de fertilizantes segue mantendo grande empenho no sentido de garantir o abastecimento, colaborando para aumentar as entregas no tempo certo, para que os agricultores tenham em mãos insumos necessários para organizar seu planejamento para o sucesso de uma boa colheita”, disse Monteiro, acrescentando o trabalho ininterrupto de 55 anos da Anda para difundir a importância do fertilizante como insumo e alimento da terra.

AR

ANDA

- # Criada em 1967 | São Paulo
- # Missão: convencer os agricultores do custo-benefício dos fertilizantes
- # Promoveu centenas de Dias de Campo e ensaios de adubação
- # Editou em 1971 o 'Manual da Adubação'
- # Edita o Anuário Estatístico desde 1986
- # Lança o livro 'Sistema Plantio Direto: Bases para o Manejo da Fertilidade do solo' em 2004



Abertura concorrida da Coopercitrus Expo 2023

Coopercitrus Expo 2023

Feira espelha um ano de crescimento em negócios, insumos e participação de mercado, mas com preços em queda

As plataformas de conteúdo do Grupo Publique, Programa Fala Carlão e AgroRevenda, participaram da Feira de Agonegócios Coopercitrus Expo 2023, evento promovido de 24 a 28 de julho, em Bebedouro (SP). O encontro foi aberto pelo Governador de São

Paulo, Tarcísio de Freitas, e reuniu milhares de cooperados, produtores rurais, profissionais de empresas e todos os fornecedores que atuam ao lado da cooperativa. Bancos (como o Bradesco), parceiros químicos, máquinas e implementos agrícolas, sementes. E mais o Shopping Rural,

com as indústrias de insumos, lavouras demonstrativas, campo digital, espaço Fundação Coopercitrus – Credicitrus, área de negociação, atividades para crianças e às famílias. “Temos vários desafios, como tentar concluir o Terminal de Barretos ao lado do Governo do Estado, o que

vai ajudar em nossa competitividade. O ano ainda não acabou e está sendo muito difícil. Crescemos em negócios, insumos e participação de mercado, mas os preços não acompanharam. Estamos posicionando a tecnologia que gere resultado positivo ao produtor. Afinal, a razão de existir de uma cooperativa é tornar o agricultor mais eficiente”, afirmou Matheus Kfouri Marino, Presidente do Conselho da Coopercitrus. A feira também mostrou 22 palestras técnicas,

tratando de intensificação de pastagens, integração lavoura-pecuária-floresta, agricultura do futuro, posicionamento digital, redes sociais, saneamento básico rural, Safra 2023 – 2024 e sustentabilidade total no agro. “É uma feira que traz muita tecnologia, com inovação nacional. São muitos negócios e um agro cada vez mais forte. Principalmente em São Paulo, que tem mais de mil cooperativas, com três milhões de integrados”, saudou o Governador. **AR**

COOPERCITRUS

Sede em Bebedouro (SP)

Fornece insumos, máquinas, implementos e suporte técnico

Mais de 39 mil cooperados

Unidades de negócios em mais de 65 municípios

Presente em São Paulo, Goiás e Minas Gerais



Governador de SP: “A feira traz muita tecnologia, com inovação nacional”



Matheus Kfouri Marino: “A razão da cooperativa é tornar o agricultor mais eficiente”



Lavouras cultivadas pelas indústrias fornecedoras

5ª Expoforest leva público para o meio da floresta

Feira foi realizada no interior de São Paulo e é considerada a maior do mundo no modelo dinâmico, no qual há demonstração dos processos

A quinta edição da Expoforest, realizada de 9 a 11 de agosto em Guataporá, interior paulista, atraiu 35.933 visitantes de todas as regiões do Brasil e de outros 42 países. É a maior feira florestal dinâmica do mundo, aquela em que há demonstração dos equipamentos e tecnologias dos fornecedores do setor. O evento ocupou uma área de floresta de eucalipto de 200 hectares, pertencente à Sylvamo, apoiadora master da feira. Ao todo, a Expoforest deste ano reuniu 235 expositores e gerou negócios, entre fechados e prospectados, da ordem de R\$ 1 bilhão.

A estrutura da Expoforest impressiona pelas dimensões. Somando as ruas pelas quais são distribuídos os estandes e áreas de demonstração, são mais de 4 quilômetros lineares. Um desafio para quem pretende, a pé, visitar todos os es-



Visitantes precisaram andar muito para conhecer toda a feira, que tinha mais de 4 quilômetros lineares de área de exposição

paços. Afinal, fazer o circuito todo e voltar resultaria em pelo menos 8 quilômetros de caminhada. O tamanho é uma demonstração de que o setor, pouco conhecido do grande público brasileiro, tem grande potencial e reconhecimento internacional.

O Brasil é um dos principais players do mercado florestal mundial. A coordenadora de comunicação da Sylvamo, Débora

Souza, explica que as condições de clima, hidrologia e lençóis freáticos tornam o Brasil mais competitivo. Aqui, uma floresta de eucalipto pode ser colhida com cinco a sete anos após o plantio. Na Europa ou Estados Unidos, esse prazo é de 20 até 30 anos. Esses resultados são também influenciados pela tecnologia implantada no cultivo das árvores. A Sylvamo é a indústria que fabrica os papeis Charmex, Chamequinho e Chambril.

A feira foi dividida em área estática e dinâmica. Logo na entrada, com cerca de um quilômetro de extensão estava localizada a parte estática, com expositores de diversos segmentos demonstrando produtos e serviços para atividades relacionadas ao plantio e colheita de árvores e diversas outras atividades diretas e indiretamente ligadas ao ambiente silvicultural e de produção de madeira para matéria-prima.

Em seguida estava a área dinâmica, em uma trilha com mais de três quilômetros. Nela o visitante pôde conferir na prática, em um ambiente real, atividades de silvi-



Expoforest ocupou parte de uma área de 200 hectares de eucalipto da Sylvamo: trabalho de dois anos para estruturar a feira



cultura, colheita, produção de biomassa e muito mais. Os espaços incluíram equipamentos de moléculas para mato-competição, nutrição de solo, sistema silvipastoril, melhoramento genético, geotecnologias, drones e vants, maquinários para colheita de árvores, equipamentos para produção de biomassa, implementos rodoviários, e diversas outras atividades.

Um dos destaques da feira foi a presença das várias das grandes indústrias de formicidas. As formigas cortadeiras são o principal problema de uma floresta plantada, porque podem simplesmente comprometer a produção ou até dizimar áreas grandes se não forem combatidas em tempo e adequadamente.

Entre as novidades apresentadas no evento está a isca para formigas Dinagro-S Resistente, acondicionada num sachê à prova d'água e que, portanto, não é danificada pela chuva. Junto com a Natutec (byKoppert) e a NexJAV, a Dinagro lançou um serviço de aplicação de iscas formicidas por drones. O drone faz voo autônomo e georreferenciado, garantindo precisão no lançamento do formicida somente nos locais onde é necessário.

Também presente na feira, a Mirex-S, empresa do grupo Agrocerec, é uma das mais reconhecidas fabricantes de formicidas do país. Tanto que se tornou sinônimo desses produtos. "A Mirex-S é uma marca muito consolidada. É líder e pioneira

em tecnologia de produção. Foi ela que trouxe para esse mercado a sullfluramida, princípio ativo até hoje mais eficiente para o controle das formigas cortadeiras", explica o Gerente Comercial e de Marketing da marca, Augusto Tarozzo.

As iscas Mirex-S é granulada e formulada na forma de pellet. Apresentam baixo custo, com alto rendimento operacional. O uso da sullfluramida na formulação de iscas é adotado há mais de 25 anos.

DE LONGE

A presença de empresas e profissionais de outros países é intensa. EkoLeksono veio da Indonésia para participar da Semana Florestal Brasileira e da Expoforest 2023. "Temos grandes áreas com floresta na Indonésia e esta é a maior exposição do mundo. Então, essencialmente, queremos estudar e aprender qual a melhor

experiência de cada fabricante. Queremos ouvir as melhores personalidades da indústria", explicou.

Augusto KahlerGarate é empresário do setor de equipamentos florestais no Chile e conta que muitos profissionais vieram daquele país para visitar a Expoforest. "Encontrei pessoas de diversas regiões do Chile e amigos de outros países. Pessoas que conheço do setor há muito tempo. Alemães, americanos, austríacos, colombianos", contou. Augusto, que nesta edição veio como visitante, já tem planos para a próxima Expoforest. "Trabalhamos com torres para colheita com cabo aéreo e vimos uma grande oportunidade para negócios aqui no Brasil, aqui na Expoforest".

Ricardo Malinovski, diretor da empresa organizadora da feira, a Malinovski, destaca a ajuda dos apoiadores do evento. "Só foi possível realizar esta feira no Brasil graças à nossa parceira Sylvamo. Trabalhamos nesse espaço durante os últimos dois anos e sem esse apoio não teríamos conseguido", citou. Agradeceu também a Embrapa Florestas e a Prefeitura de Guataporã. "Precisamos cada vez mais de união para potencializar e integrar o nosso setor. Estamos fortes, mas podemos ser ainda mais fortes", ressaltou. **AR**



Evento reuniu os principais fabricantes mundiais de equipamentos para a área florestal: setor consolidado e com grande potencial

Uma Expointer cheia de recordes

800 mil visitantes passaram pelo Parque de Exposições Assis Brasil, em Esteio (RS). E o Bradesco firmou presença forte na feira

A 46ª edição da Expointer chegou ao fim em setembro passado com novos recordes. Mais de 800 mil visitantes circularam pelo Parque de Exposições Assis Brasil, em Esteio (RS), durante nove dias. Aumento de 5,96% sobre o público de 2022, além de 11,76% no volume de negócios. A comercialização de máquinas e implementos agrícolas comemorou uma nova marca histórica, com R\$ 7,3 bilhões em faturamento. Dados do Sindicato das Indústrias de Máquinas e Implementos Agrícolas no Rio Grande do Sul (SIMERS). O faturamento total da Exposição também foi recorde, com R\$ 7,98 bilhões, elevação de 11,76%. "A razão das máquinas agrícolas continuarem vendendo é o interesse do produtor pela tecnologia embarcada. É a oportunidade para o agricultor produzir mais no mesmo pedaço de chão. Temos certeza que esses números vão aumentar ainda mais, pois temos que considerar também as pessoas que visitaram os estandes, olharam as máquinas e devem fechar negócio nas próximas semanas", comemorou Claudio Bier, presidente do SIMERS.



EXPOINTER 2023

# Animais:	R\$ 11.719.520,00
# Artesanato:	R\$ 1.444.663,43
# Agroindústria Familiar:	R\$ 8.673.429,12
# Comércio:	R\$ 55.002.565,44
# Máquinas e Implementos agrícolas:	R\$ 7.351.431.000,00
# Automobilístico:	R\$ 471.700.000,00
# Insumos:	R\$ 86.755.237,00

E os bons investimentos foram comprovados pela movimentação envolvendo o banco privado que mais financia o agro brasileiro, e que sempre marca presença forte na feira gaúcha. "Temos participação relevante entre os médios e os grandes produtores, mas estamos avançando também junto à agricultura familiar. Além de atendermos as agroindústrias. Estamos preparados para atender todos os perfis do empreendedor rural do país. Por isso tanta representatividade", afirmou Roberto França, Diretor de Agronegócios do Bradesco. O banco ainda mostrou o espaço de entrevistas e debates que já é tradição na Expointer, o Estúdio Bradesco Fala Carlão. Por ali passaram Nadege Saad, Superintendente da plataforma e-agro; os primos e executivos Victor Bachega e Rinaldo Bachiega; Alex Chalegre, Superintendente Executivo da Bradesco Consórcios; José Ramos Rocha Neto, Vice-Presidente Executivo do banco; Alexandre Glüher, Vice-Presidente do Conselho de Administração do Bradesco; Marcos Tescarolo, Diretor Departamental do Bradesco; Jorge Steiernagel e Sandra Giliolli, gerentes do Bradesco. E gente de expressão do segmento como Ricardo Nicodemos, Presidente da Associação Brasileira de

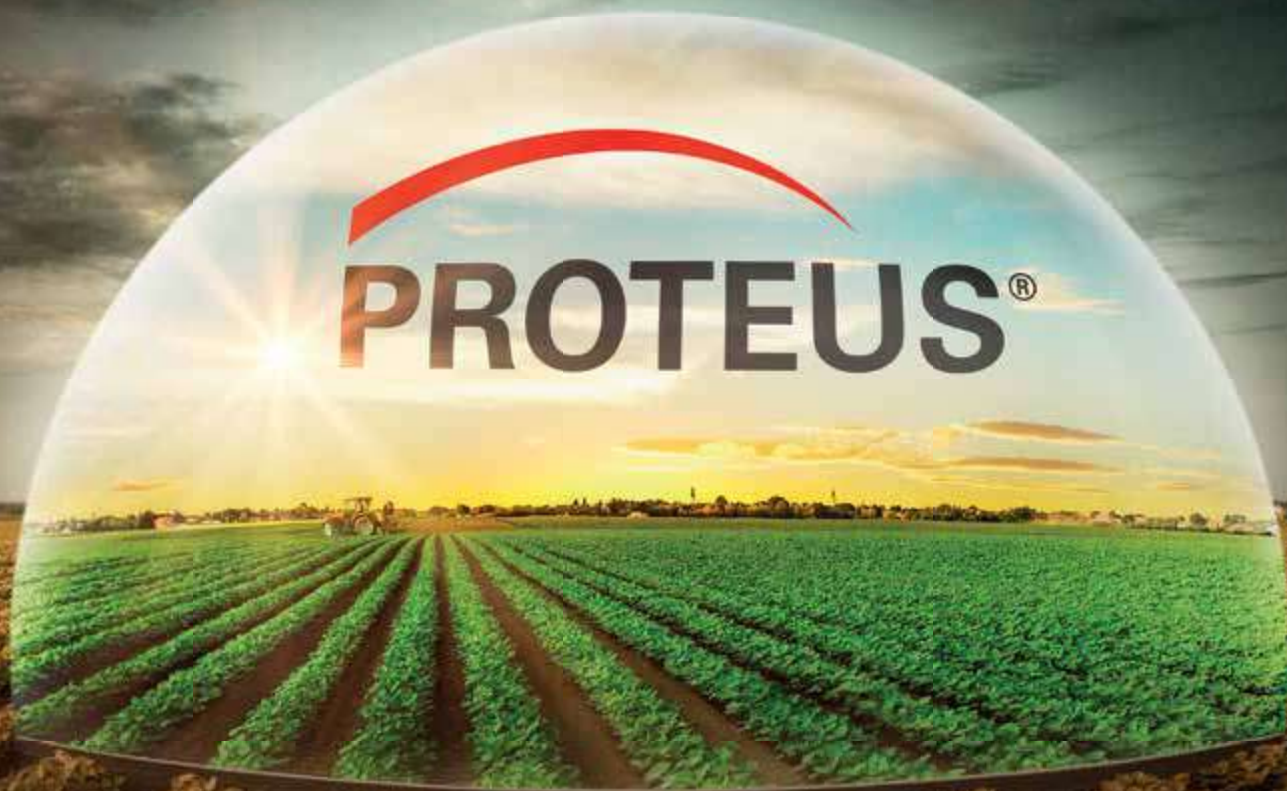
Marketing Rural e Agronegócios; Gedão Pereira, Presidente da Federação da Agricultura do Rio Grande do Sul; Mauricio Lemos, fundador da plataforma Sapiens Agro; Fernando Bueno, da Corretora Ágora, e Juliano Sabella, Diretor de Marketing da DSM Firmenich.

O setor de máquinas, que brilhou bastante, trouxe para a feira a temática da sustentabilidade e inovação no agro. O Parque de Máquinas foi ampliado, o que possibilitou espaço para novos interessados, totalizando aproximadamente 200 expositores. Tradicionalmente, os equipamentos mais procurados na exposição são tratores, colheitadeiras, plantadeiras e pulverizadores. Claudio Bier ressalta o movimento intenso registrado no Parque de Máquinas durante toda a feira: "Ao contrário das edições anteriores, quando o movimento era grande só aos finais de semana, este ano viu-se engarrafamentos e dificuldade para estacionar todos os dias, e isso é um problema bom. O produtor rural e o público urbano vieram ver de perto a qualidade e a tecnologia das máquinas agrícolas fabricadas no Brasil, que estão as melhores do mundo. O nosso setor não perde para nenhum outro país", assegurou.

AR



Onde tem **PROTEUS**[®], tem soja protegida.



Conheça os principais benefícios de escolher **PROTEUS**[®] para proteger a sua plantação de soja da ferrugem asiática.



Fungicida Premium
Alta performance
e melhores resultados.



Não requer uso de adjuvantes.



Eficiente no manejo
da ferrugem asiática.



Excelente ferramenta para
o gerenciamento de resistência.



Flexibilidade de uso,
do início ao fim do ciclo da soja.

 br.helmcrop.com

 [/helmdobrasil](https://www.facebook.com/helmdobrasil)

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

 [HELMdoBrasilMercantil](https://www.youtube.com/HELMdoBrasilMercantil)



ATENÇÃO: esse produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Uso agrícola. Venda sob receituário agrônomo. Consulte sempre um agrônomo. Informe-se e realize o Manejo Integrado de Pragas. Descarte corretamente as embalagens e os restos dos produtos. Leia atentamente e siga as instruções contidas no rótulo, na bula e na receita. Utilize equipamentos de proteção individual.

Congresso ABMRA 2023!

Evento reúne mais de 420 participantes e anuncia iniciativas para o Agro se comunicar melhor fora da porteira

Mais de 420 pessoas acompanharam a 15ª edição do Congresso de Marketing do Agro ABMRA, em setembro, na capital paulista, em um dia de atividades que reuniu debates e trocas de conhecimento prático sobre as melhores estratégias da comunicação para os profissionais que atuam no setor e foi marcado por uma série de novidades para associados e entusiastas do segmento. Foram 15 palestras divididas em cinco painéis, compartilhando visões baseadas na prática sobre temas relacionados à branding, reputação de imagem, ESG, comunicação, tecnologia e a inovação. Silvio Celestino, diretor executivo da Alliance Coaching, ressaltou que a tecnologia se tornou uma “companheira de viagem”, porém é necessário identificar a nova ferramenta como algo que traz acesso a novos conhecimentos e mundos. O palestrante reforçou que entender de onde surgem novas informações é um ponto de grande importância. “A tecnologia ajuda a pensar fora da caixa, deve ser copiloto e não um cão guia para achar novas ideias e levar ao mundo conhecimentos que você nunca pensou que teria acesso”, disse. Katia Ribeiro, Head de Marca da GWM Brasil, complementou a linha de raciocínio ressaltando que a inovação também muda o consumidor, seus locais de compra, a maneira que se apresenta e onde encontrá-lo. “Tudo é necessário para entender a dor do cliente, pois é uma jornada e o foco

“ Os profissionais de marketing precisam ir para o campo para vivenciar, questionar e absorver as demandas e interesses dos responsáveis pelas tomadas de decisão do lado de dentro da porteira.”

Ricardo Nicodemos,
Presidente da ABMRA

é sempre ele. Resultados sólidos vêm com planejamento”, comentou. No debate, os participantes pontuaram que o Agro é resistente à mudança e à inovação em muitos momentos, sendo necessário um equilíbrio entre o respeito pela tradição e o entendimento sobre o atual momento e as projeções que podem ser feitas para o futuro.

A importância do fortalecimento de marca e da presença inovadora no setor foram reforçados também por meio da história da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), que completa 50 anos. A presidente

Silvia Massruhá trouxe informações de projetos como o ‘Balanço Social’, um documento desenvolvido para auxiliar a criação de conexão com o público geral ao fornecer informações sobre as ações da empresa, bem como os seus efeitos e benefícios para a população. Ela também explicou que documentos como esse ajudam a fortalecer a marca e a presença na sociedade. Nataly Ortega, Global Marketing Manager da JBS, destacou que uma marca forte é construída com a entrega de valores e lucratividade para a companhia, e que isso acontece por meio de análises e pesquisas. O

diretor de Relações Corporativas e Sustentabilidade da Cooperativa de Produtores de Leche - Dos Pinos, Luis Mastroeni, que participou diretamente da Costa Rica, reforçou o pensamento, dizendo que não existe uma estratégia específica para cada tema e produto, mas sim algo único com diferentes formas de comunicar. “O desafio é que só comunicar preço e qualidade não são o suficiente. A estratégia deve agregar dois aspectos: reputação e feedback. O comprometimento como empresa é importante para o público. É preciso mostrar que não há mentiras de maneira articulada”, ressaltou.

Para o Vice-Presidente Regional de Marketing para a América Latina na BASF, Ademar De Geroni, é crucial adotar uma abordagem centrada no cliente, considerando como ele pretende utilizar o produto. “À medida que as soluções se tornam mais complexas, é imperativo proporcionar aos públicos maior valor e clareza. Para alcançar isso, é essencial contar com equipes de alta performance, que desenvolvam conceitos sólidos, estabeleçam conexões significativas, mantenham um alto nível de nitidez e excelência em suas entregas, além de mostrar agilidade na apresentação das soluções para os clientes”, argumentou. Daniela Tavares, diretora da ABMRA e responsável pelo 15º Congresso de Marketing do Agro, ressaltou que o foco do evento é contribuir com a capacitação dos profissionais, oferecendo informações valiosas. Ricardo Nicodemos, presidente da ABMRA, encerrou o evento reforçando a importância da comunicação para um setor que hoje atua como locomotiva para o país e a necessidade dos profissionais de marketing e das agências se atentar ao fato de que uma boa estratégia utiliza o mix adequado de comunicação. “Os profissionais

de marketing precisam ir para o campo para vivenciar, questionar e absorver as demandas e interesses dos responsáveis pelas tomadas de decisão do lado de dentro da porteira. Ainda que estejamos vivendo em uma era digital, precisamos buscar uma visão mais ampla, porque acreditamos na força e na eficácia de soluções desenhadas sob medida, em que deve ser avaliado qual o melhor conjunto de meios e formatos a serem utilizados em uma campanha ou ação, mas jamais desconsiderar a importância dos meios tradicionais, como TV, rádio e revista.”, disse Nicodemos.

LANÇAMENTOS ABMRA

A primeira novidade foi a assinatura de uma aliança entre a Associação e a ESPM para criação do curso 'Marketing Estratégico Para o Agro', aliança que faz parte do projeto Academia ABMRA. Outra iniciativa foi o lançamento do Anuário de Propaganda ABMRA com entrevistas exclusivas e agências associadas do marketing e comunicação do Agro. O mercado ainda vai ganhar a revista “Campo e Marketing”, com periodicidade bimestral e acesso virtual. O HUB ABMRA, plataforma online e gratuita que reunirá empresas e profissionais especializados

na comunicação do Agro. A criação do 'Agro ABMRA Awards', premiação dividida em 18 categorias que vai reconhecer o valor do trabalho de personalidades e dos profissionais que ajudam a fortalecer a imagem e a melhorar a reputação do Agro.

A Associação também falou sobre o desenvolvimento da 9ª Pesquisa ABMRA “Hábitos do Produtor Rural”, o mais completo estudo sobre o produtor rural, incluindo seus hábitos de mídia, presença da mulher, comportamento de compras e atributos que atraem a atenção dos profissionais. São mais de 3 mil entrevistas presenciais em 15 estados, cobrindo as 14 principais atividades agrícolas e 4 de criação animal. A previsão é que até o segundo trimestre de 2024 o relatório da 9ª Edição seja entregue aos cotistas. Por fim, o Projeto 'Marca Agro do Brasil', que será a maior iniciativa já realizada no País para posicionar o setor corretamente, construindo uma marca forte e que tem por objetivo tornar o Agro uma paixão nacional. “É como uma estratégia para a eleição do presidente de um País: os estrategistas miram nos indecisos porque, no dia da votação, serão os votos deles que decidirão a eleição”, finalizou Ricardo Nicodemos. **AR**



Ricardo Nicodemos - Presidente da ABMRA: “Junta inovação com meios tradicionais”

ORÍGEO 360 destaca ESG!

Joint venture de Bunge e UPL fornece soluções sustentáveis e técnicas de gestão de ponta a ponta para agricultores de sete estados, sete milhões de hectares e participação das empresas da cadeia da produção de alimentos e bioenergia

Quase quinhentos grandes agricultores do Cerrado brasileiro participaram do evento ORÍGEO 360, na capital paulista, uma joint venture de Bunge e UPL que fornece soluções sustentáveis e técnicas de gestão de ponta a ponta para agricultores de Bahia, Maranhão, Mato Grosso, Pará, Piauí, Rondônia e Tocantins. Juntos, esses produtores plantam cerca de 7 milhões de hectares de soja, milho e algodão, além da participação das empresas da cadeia da produção de alimentos e bioenergia. “Em um ambiente de variáveis incontroláveis, há incerteza e aumento da volatilidade. Ao mesmo tempo, temos excesso de soluções que não necessariamente conseguem atender às dores dos produtores, pois muitas vezes são fragmentadas. Mas temos um futuro de oportunidades à

frente e precisamos estar preparados. A ORÍGEO nasceu dessa necessidade, sendo totalmente dedicada a oferecer soluções integradas e customizadas aos agricultores de grande porte. Simplificamos os processos e tornamos as operações ainda mais eficientes para que os nossos parceiros tenham mais tempo para focar no que fazem de melhor: produzir mais e de forma sustentável”, disse o CEO da ORÍGEO, Roberto Marcon. Os agricultores brasileiros enfrentam desafios constantes do plantio à colheita, do planejamento da safra à comercialização de seus produtos, passando pelas condições climáticas e oscilação dos custos de produção e preços de venda. Um cenário complexo que já não é mais sustentável sem responsabilidade ambiental, social e de governança.

ANTES DA PORTEIRA: A IMPORTÂNCIA DOS SEGMENTOS DA PRODUÇÃO

Ignacio Bartolomé, CEO da GDM Seeds, empresa de origem argentina, ressaltou a importância da ciência e da inovação para potencializar o mercado de oleaginosas. “A tecnologia pode acelerar a taxa de ganho genético, diminuindo o custo e o tempo para a semente ser lançada no mercado. Assim, mais óleo poderá ser produzido a partir dele. As plantas serão mais tolerantes a estresse climático e poderão sequestrar mais carbono do que emitir”. A UPL, empresa de origem indiana e acionista da ORÍGEO, mostrou que o futuro planeta passa pela agricultura. “Ela é a ferramenta mais importante para combater as alterações climáticas. Com uma agricultura regenerativa sustentável, podemos realmente descarbonizar o mundo mais rapidamente”, afirmou Jai Shroff, chairman e CEO global do grupo. Mike Frank, CEO da UPL Corporation, declarou que é necessário reimaginar a sustentabilidade na produção de alimentos por meio do uso de moléculas eficientes para potencializar os cultivos. “O Brasil está em primeiro lugar quando pensamos em inovação e é um dos países mais importantes em termos de biossoluções. Estamos trabalhando para trazer cada vez mais recursos para minimizar os problemas que desafiam os produtores”, garantiu.



Roberto Marcon- CEO Orígeo

DEPOIS DA PORTEIRA: OS DESAFIOS CONTINUAM NA PÓS-PRODUÇÃO

Copresidente global de agribusiness da Bunge, Julio Garros indicou que a união que resultou na criação da ORÍGEO é o caminho para o Brasil descarbonizar sua agricultura. “As maiores empresas do mundo anunciaram que reduzir as emissões de dióxido de carbono é fundamental. As companhias têm de mudar suas fontes de energia, utilizando combustíveis renováveis. Se você usa soja, já reduz 50% das emissões e o Brasil tem a capacidade de produzir a quantidade necessária, mas ainda temos o desafio de verificar e comprovar que a soja utilizada sequestrou carbono. A ORÍGEO é o caminho para ajudar os produtores nessa comprovação e a aderir isso”, refletiu. Robert Coviello, chefe de sustentabilidade e assuntos governamentais da Bunge, também acionista da ORÍGEO, descreveu que, atualmente, as indústrias agrícolas e de alimentos enfrentam um novo contexto global em que a sustentabilidade e o resultado andam

lado a lado. “Nosso propósito é promover parcerias para um futuro melhor. Por meio da descarbonização, podemos crescer de modo mais sustentável”, cravou.

Na mesma linha, a norte-americana Chevron Renewable Energy Group apontou que o futuro da energia terá menos carbono. “A energia limpa e renovável é tema de extrema importância no cenário atual. Estamos colaborando com empresas, organizações e governos em iniciativas relacionadas”, comentou o presidente da empresa, Kevin Lucke. Já Paulo Quirino, vice-presidente de operações da PepsiCo, abordou a importância das práticas sustentáveis para o futuro da agricultura. “A base dos nossos produtos é a agricultura. E para que pudéssemos sustentar essa cadeia agrícola para o futuro, estamos cada vez mais ligados às práticas ESG. 48% das nossas culturas oriundas são de fontes sustentáveis e queremos chegar a 100%”, disse. Para ele, “além de impactar o meio ambiente e a agricultura, é importante atuar nas comunidades,

ORÍGEO

Fundada em 2022

Joint venture de Bunge e UPL

Fornece soluções para grandes agricultores de Bahia, Maranhão, Mato Grosso, Pará, Piauí, Rondônia e Tocantins

Foco em técnicas altamente qualificadas para aumento de produtividade, rentabilidade e sustentabilidade

Contato: origeo.com

com ações voltadas para a cidadania corporativa. As práticas de ESG e supply chain fazem parte desse sistema”. Em sua apresentação, Rodrigo Visentini, presidente da divisão de nutrição da Unilever, demonstrou que a companhia trabalha na implementação de métodos de agricultura regenerativa, como a rotação de culturas e o uso responsável de recursos naturais. “Precisamos recuperar o solo, aumentando a produtividade e também a lucratividade do agricultor”, finalizou. **AR**



ORIGEO reuniu quase 500 grandes agricultores do Cerrado brasileiro

Top Farmers 2023 elege Gestão e Tecnologia

Encontro define que Agro Brasil deve mirar na inovação mais adequada em cada negócio

Cerca de quinhentos produtores, profissionais e executivos de empresas, agropecuárias e cooperativas ligadas à cadeia produtiva de soja, milho, café e algodão, do Brasil inteiro e países da América do Sul. Dezessete milhões de hectares reunidos em dois dias de debates, palestras e painéis do 'Top Farmers 2023 - Desenvolvendo Competências para o Campo', evento realizado no Royal Palm Hall, em Campinas (SP), em setembro passado. Para enxergar os melhores caminhos dentro de desafios como inovação nas fazendas, gestão do solo, governança, tecnologia, investimentos, sucessão, impostos, fontes de energia, agricultura de precisão, inteligência artificial e segurança alimentar. "A cada safra os números dentro e fora da porteira são positivos, mas é importante estar preparado para mudanças, principalmente no comércio internacional", aconselhou Danilo Bomfim, Diretor do Grupo Conecta.

A 9ª edição do 'Top Farmers' ofereceu, então, uma reflexão sobre a nova composição do mercado global, as lideranças no agro e um painel sobre a relevância da conservação da Amazônia. A expectativa para a safra 2023 – 2024 foi destaque ao indicar mais um recorde no Brasil. Apesar dos elevados custos de produção e do clima adverso, o campo mostrou que tem resiliência e o números finais da colheita

de verão 2022 – 2023, de mais de 320 milhões de toneladas, impressionaram todos os agentes de negócios do país. "Todo ano a gente se debruça sobre o Top Farmers, que já passou de um encontro e se tornou uma marca. Foi uma oportunidade para avaliar o atual momento do Brasil e do mundo. O agro não para e a gente deve abrir caminho para ele", indicou Luciana Martins, Diretora do Grupo Conecta e da MPrado Consultoria.

Uma rota que deve trazer boas novas. "Esqueçam mudanças climáticas planetárias e a expectativa de um El Niño clássico. A safra de 2023 – 2024 terá chuvas concentradas no Sul do Brasil e irregularidades nas regiões Sudeste, Centro Oeste e MATOPIBA (Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia). Teremos bloqueios, mas nada tão significativo. A safra de soja e milho será normal. Isto é, boa. Mas o produtor precisa entender que o padrão climático mudou e ele precisa alterar o manejo das lavouras dentro da fazenda", cravou Marco Antônio dos Santos, fundador da Rural Clima.

"A safra deve ser boa. Colheita de mais do que 330 milhões de toneladas. Porém, o agricultor não pode cometer os erros da comercialização do ano passado para cá. Tem que planejar as vendas travadas, de mercado, pensar e ficar ligado nos números e nos riscos avaliados pelas agências. As margens não estão ruins para soja e milho. Os preços caíram, mas os custos também. Já dá até para prever os valores da soja. Já no milho eu aguardaria um pouco", indicou o consultor Carlos Cogo. Um ambiente favorável também para outras culturas. "O setor de hortaliças, que é uma potência produtiva do nosso agro e



Luciana Martins - Grupo Conecta e MPrado Consultoria: "Agro não para. Temos que abrir caminho para ele"

emprega milhares de pessoas, sempre foi marcado por poucos investimentos sofisticados, mas isso já não é assim. Falo de produtos biológicos, uso de energias renováveis e alternativas, técnicas de melhoramento dos solos", revelou Rafael Corsino, produtor rural e dirigente das associações de agricultores de alho e cebola. Cenário semelhante ao desenhado por João Filipe de Lima, da área de Pesquisa e Desenvolvimento da Bio Grass, que falou sobre gestão sustentável do solo e os ecossistemas saudáveis e produtivos. "O Brasil é campeão em sustentabilidade. Carro a álcool, agricultura de baixo carbono, integração lavoura pecuária floresta, produtos biológicos de alta tecnologia. E agora tem a transformação trazida pela nova geração de culturas de cobertura fixadoras de carbono com tecnologias embarcadas. A nova forragem de cobertura chegou para ficar", anunciou com firmeza. "É um evento que faço questão de participar pois agrega muito conhecimento", sintetizou Oswaldo Corso, de 91 anos, de Iguatama (MG), que participa todos os anos do evento ao lado do filho Mário Corso. "Foi uma experiência maravilhosa aprender tanto com os palestrantes e encontrar amigos queridos", finalizou a produtora rural mato-grossense Norma Gatto.



17 milhões de hectares reunidos em dois dias de debates

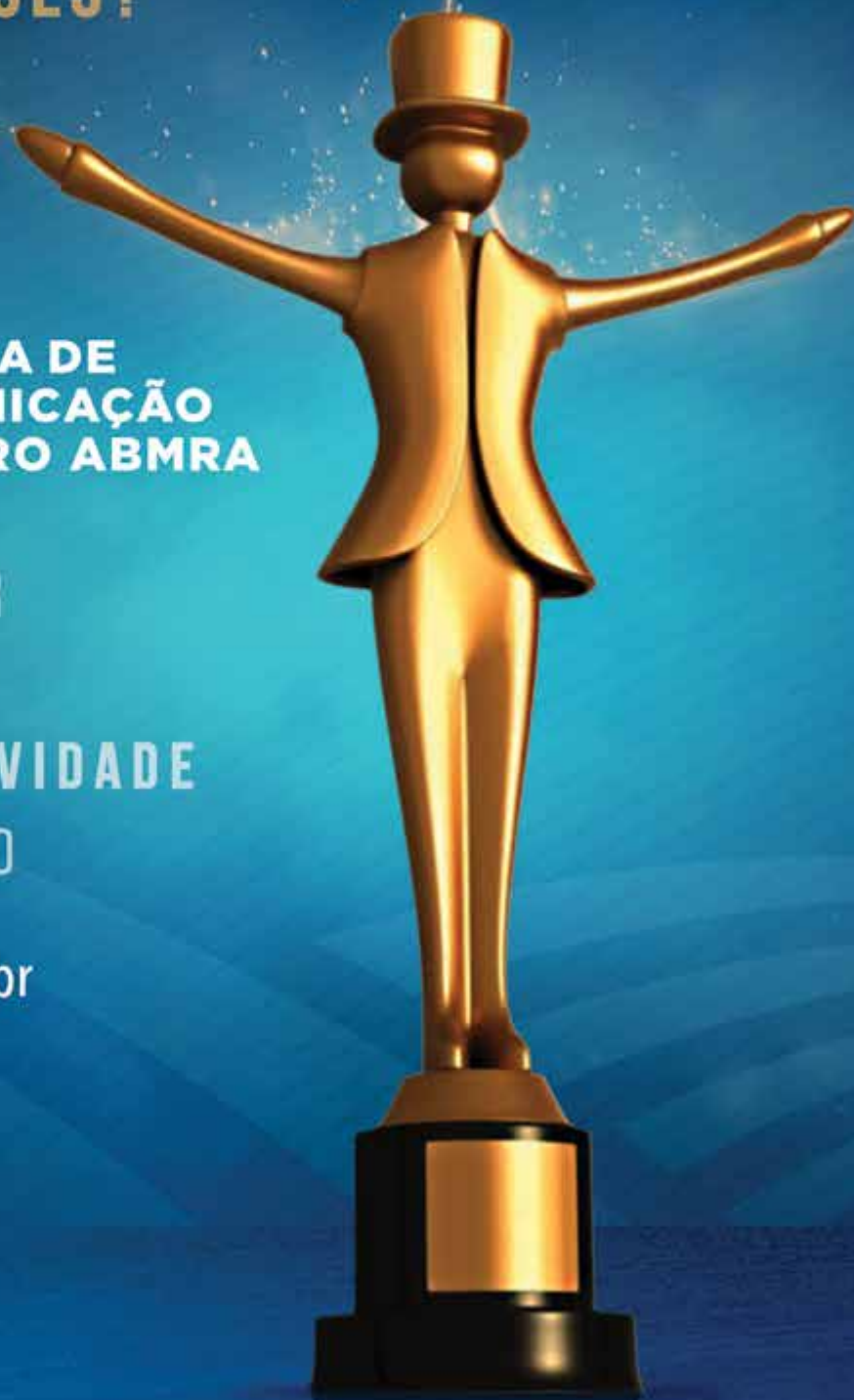
SE VOCÊ JÁ ACHA
SUA EMPRESA O MÁXIMO,
IMAGINA ENTÃO QUANDO
GANHAR UM DESSES?

21^a  **MOSTRA DE
COMUNICAÇÃO
DO AGRO ABMRA**

ACESSE E FIQUE POR
DENTRO DO PRÊMIO
MÁXIMO DE CRIATIVIDADE
DO AGRO BRASILEIRO

www.mostra.abmra.com.br

 **ABMRA**
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE
MARKETING RURAL E AGRO



A Distribuição está na avenida!

Revista AgroRevenda começa uma série para mostrar ruas e avenidas das cidades brasileiras conhecidas como a rota dos insumos que abastecem as fazendas agrícolas e pecuárias do país



Avenida Brasil Sul, em Anápolis (GO).

A fábrica de comida do planeta. É assim que o Brasil vem sendo chamado por pesquisadores e estudiosos do Agronegócio nacional e internacional. É não é só alimento. Ainda tem muito produto que leva saúde e conforto a mais de um bilhão de habitantes do planeta. Remédios, roupas, artefatos para construção civil, hospitais, aditivos. Sim, os números anuais são estratosféricos. 317 milhões de toneladas de grãos. Mais de 600 milhões de toneladas de cana-de-açúcar. 50 milhões de toneladas de frutas e outras cinquenta de verduras e legumes. Mais de 30 milhões de toneladas de carnes. E nem somamos algodão, madeira, papel, celulose, mel, etc.

Uma força bruta que nasce no campo e espalha riqueza, empregos e trabalho em cada canto das mais de cinco mil cidades brasileiras. São empresas, frigoríficos, centrais de abastecimento, feiras livres, supermercados, bares, lanchonetes, restaurantes, pet shops. Todos esses locais são muito íntimos de cada um dos consumidores. Mas nossos cidadãos não são tão atentos

com placas, vitrines, fachadas e ofertas que comercializam os insumos básicos que sustentam essa engrenagem na largada de todo o processo. São as revendas e os distribuidores de insumos agrícolas e pecuários. Um número incalculável de pontos de varejo. Tem gente que arrisca dizer em mais de trinta mil agentes de negócios, entre grandes, médios, pequenos e minúsculos.



**ARAGUAIA
PRODUTOS
AGROPECUÁRIOS**

Nasceu em 1987
48 lojas

Certo mesmo é que pelo menos dez mil deles têm uma estrutura empresarial de porte. Nas cidades mais antigas, os distribuidores de insumos estão localizados na periferia das cidades, em bairros longínquos, em cidades industriais ou na beira de rodovias. Com lojas e centros de distribuição. Nas cidades mais novas, principalmente nas regiões Centro Oeste, Nordeste e Norte do Brasil, povoados que cresceram impulsionados pelo avanço das lavouras e da pecuária, as revendas são um símbolo da economia que venceu. São referências até mesmo de localização urbana. Marcam ruas e avenidas que denotam prosperidade.

A Revista AgroRevenda inicia nesta edição a publicação de material que mostra as vias mais conhecidas no Brasil por abrigarem revendedores de insumos agropecuários. Elas contam uma história de como nosso agro país saiu 'das praias' e conquistou o continente para viver melhor, com mais conforto, gerando empregos, alimentando e cuidando do planeta. O objetivo não é elaborar um mapa, nem um guia. É mostrar uma fotografia rápida, mas rica. Para começar, aportamos em Anápolis, a 'Cidade de Ana', a Santa, a apenas 50 km da capital Goiânia e a 130km de Brasília. Um município clássico do planalto brasileiro. Cidade de ruas largas, clima tropical, mas atenuado pelos mais de mil metros de altitude. Tem o quinto maior Produto Interno Bruto (PIB) da Região Centro-Oeste, com destaque para o setor industrial. Também é abastecido por produtos do agronegócio, principalmente arroz, milho, café, carne bovina, legumes, verduras e frutas. São quase cinquenta revendas e distribuidores de insumos agrícolas e pecuários. Uma parte significativa encontramos na Avenida Brasil Sul. São 15 revendas. A Distribuição do Brasil mora nesta avenida. **AR**



CAMPO FÉRTIL PRODUTOS AGROPECUÁRIOS

Sede em Anápolis
Seis anos de atuação
Duas unidades
(Goianápolis e Goianésia)
Donos: Cláudio Cota e
Henrique Prado



CIA AGRO

Nasceu em 2001
Sede em Anápolis
Dono: Raanderson Silva Aguiar



NATIVA AGRÍCOLA

Sede em Formosa
17 anos de atuação
Oito unidades
Oito sócios proprietários



AGROSS

Sede: Campinas (SP)
27 anos de atividades
8 unidades no Brasil
Sócios-Proprietários: Luiz Rossi
e Vado Montagnani



ZOO CAMPO NUTRIÇÃO ANIMAL

Sede: Anápolis (GO)
30 anos de atividades
Fundadores: Jorge Alberto
de Farias e Cleide Vieira dos
Santos Farias



Equipe CIA AGRO.



Riba Ulisses (Plataforma AgroRevenda) e Susi Silva (Gerente da Campo Fértil).



Engenheira Agrônoma Gabriela Renata (CIA AGRO) e Riba Ulisses.



Fachada da Delta Agrícola 4 lojas em Goiás.



Riba Ulisses com Gonçalo Neto (Delta Agrícola).

A VOZ DO AGRO!

“Atendemos do pequeno ao grande produtor. Com nutrição animal e agricultura. Principalmente, cereais e HF’s. Com mais duas lojas, em outros dois municípios. Temos grande responsabilidade para atender produtores rurais tão exigentes e produtivos”

Tatiane Januário de Deus - Engenheira agronomia da Campo Fértil Produtos Agropecuários

“Estamos atuando com muito sucesso, transferindo tecnologia para lavradores de frutas, legumes, verduras e grãos. Iniciando com a fertilidade do solo. Estamos de portas abertas, mas também negociamos nas redes sociais, como o instagram”

Gabriela Renata – Engenheira Agrônoma da CIA AGRO

“Atuamos em Goiás e queremos subir para o Tocantins. Crescer bastante e rápido. Levando tecnologia para várias culturas. E em parceria com aproximadamente trezentas revendas em cinco anos”

Lucas Lewandowski - Gerente da Unidade Anápolis da AgRoss

Carro elétrico é passado! O futuro é cana!

Pouco se fala sobre a maravilha que é o E2G

Na minha época de menino, costumávamos imaginar que um dia os carros voariam. Pois bem, alguns bons anos se passaram - não vou contar quantos - e carros voadores ainda não são reais. Mas carros que você carrega na tomada de casa sim.

Fico impressionado como estamos evoluindo e procurando por mais alternativas sustentáveis e, em questão de anos, surgiu uma alternativa potente e eficiente como o carro elétrico. Mas em meio ao burburinho dessa novidade, não consigo deixar de pensar numa boa e velha alternativa do mercado pouco valorizada por nós, brasileiros: o biocombustível, em especial o etanol.

Desde que o programa Proálcool surgiu na década de 70 e os incentivos à produção do etanol ganharam corpo, o combustível nacional ganhou fama. É o biocombustível mais bem sucedido na substituição dos fósseis e em 2021, por exemplo, a produção foi de 27 bilhões de litros. Nossa capacidade de geração é bem maior: pode chegar a 50 bilhões.

Temos capacidade instalada ociosa, mas não temos investimento. O RenovaBio, a Política Nacional de Biocombustíveis que existe desde 2017, foi retomada no fim de junho passado. O que falta então?

Você pode achar que o etanol é coisa do passado e nisso vamos discordar. Para começar, a geração do

combustível verde produz empregos. No ano passado, 1,16 mil novos postos com carteira assinada foram criados no estado de São Paulo para o cultivo de cana de açúcar; no Mato Grosso, a reativação de uma usina deve gerar 650 empregos.

Outro ponto é o impacto ambiental. Sim, um carro movido a combustão, ainda que utilize etanol, emitirá carbono na atmosfera. Mas aí que está o pulo do gato: a cana sequestra carbono da atmosfera, tanto que junto ao RenovaBio criou-se o Crédito de Descarbonização (CBio), que são títulos negociados na bolsa em que cada crédito representa uma tonelada de CO² que deixou de ser emitido.

Se um carro fosse abastecido com energia elétrica brasileira – cuja fonte é 85% renovável – por dez anos, ainda poluiria mais que um carro que andasse a base de etanol, segundo

um estudo da empresa alemã Mahle. O carro elétrico emitiria 17,6 toneladas de CO² contra 12,1 toneladas de CO² emitidos por um carro a etanol no mesmo período. Há quem possa argumentar que a produção de cana com o único e exclusivo propósito de gerar energia é, por si só, uma poluição. Aqui entra o etanol de segunda geração (E2G): o bagaço da planta gera o biocombustível. Nossa produtividade pode aumentar 50% sem aumentar a área de cultivo. E o mercado mundial reconhece essa inovação, que até 2030 pode atingir US\$155,6 bilhões, segundo estimativa da consultoria Precedence Research.

Fico triste ao ver tantas matérias sobre as novidades no mercado automotivo e pouco sobre essa maravilha que é o E2G, pois o futuro, para mim, está onde sempre esteve: na terra. No solo, mais especificamente. **AR**



O futuro é cana!

Inoculantes biológicos

Brasil utiliza mais de 130 milhões de doses nas lavouras e produtores aumentam produtividade e beneficiam o Meio Ambiente



Mais de 130 milhões de doses de inoculantes biológicos comercializados em 2022 e ganhos de 16% na produtividade na soja com a coinoculação (adicionar mais de um microrganismo reconhecidamente benéfico às plantas, visando maximizar a contribuição dos mesmos. Combina uma prática já bem conhecida dos produtores: a inoculação das sementes de soja e do feijoeiro com bactérias fixadoras de nitrogênio (N), conhecidas como rizóbios, com o uso do *Azospirillum*, uma bactéria até então conhecida por sua ação promotora de crescimento em gramíneas). Performance que aponta um cenário bastante promissor para o mercado de insumos biológicos na agricultura brasileira. E os benefícios não se restringem aos bons resultados para os agricultores, já que os inoculantes têm mostrado, de forma expressiva, também mais favoráveis ao meio ambiente, pois substituem em parte, e em algumas situações até totalmente, os fertilizantes químicos nitrogenados, além da possibilidade de re-

dução no uso de outros fertilizantes minerais fosfatados.

Décadas de pesquisas realizadas no país têm comprovado uma redução importante na emissão de gases de efeito estufa com o uso de inoculantes biológicos. De acordo com a pesquisadora da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), Mariangela Hungria da Cunha, com a fixação biológica do nitrogênio (FBN) apenas na soja (cultura que se destaca no uso desta tecnologia), tendo como base a produtividade atual dessa leguminosa no Brasil, há uma redução estimada de 5,4 toneladas de equivalentes de dióxido de carbono (CO₂) por hectare. Contabilizando os mais de 44 milhões de hectares, o resultado é de uma expressiva redução de 236 milhões de toneladas de equivalentes de CO₂, que deixam de ser liberados na atmosfera. E o Brasil tem potencial para melhorar esse cenário e atingir o número de 240 milhões de toneladas de equivalentes de CO₂ não emitidas,

FIXAÇÃO BIOLÓGICA DO NITROGÊNIO (FBN) NA SOJA

- # Menos 5,4 toneladas de equivalentes de dióxido de carbono (CO₂) por hectare emitidas
- # Em 44 milhões de hectares, redução de 236 milhão de toneladas de equivalentes de CO₂
- # Potencial do Brasil é 240 milhões de toneladas de equivalentes de CO₂ não emitidas (milho e soja)
- # Economia de 27,4 bilhões de dólares na compra de fertilizantes químicos

somando o potencial também do milho ao da soja. O que representaria uma economia na compra de fertilizantes químicos de 27,4 bilhões de dólares para o mercado Agro brasileiro.

“Esses benefícios econômicos e ambientais resultam em ganhos sociais, melhorando não só a qualidade de vida dos agricultores, mas também de toda a sociedade”, avalia a pesquisadora da Embrapa, reforçando: “É tão importante quanto esses benefícios é mostrar que o investimento de longo prazo em pesquisas dá retorno econômico e ambiental ao país. Certamente, sem a pesquisa em FBN, o Brasil não se posicionaria como o maior produtor e exportador mundial de soja, pois os custos com fertilizantes nitrogenados inviabilizariam a competitividade”.

Outro caso de sucesso quando se trata dos benefícios do uso de inoculantes biológicos para os produtores e meio ambiente é a cultura do milho. Recentemente, a Embrapa publicou trabalhos endossando a substituição de 25% da adubação nitrogenada de cobertura pela inoculação com *Azospirillum brasilense* no cultivo. Isso equivale a uma redução potencial no custo de produção de cerca de R\$ 119,19/ha, ou seja, de mais de 0,5 bilhão de dólares para o país, considerando os 22,51 milhões de hectares de milho plantados. “Certamente, outros bons exemplos como esse virão nos próximos anos”, salienta Mariângela. Para o diretor executivo da Associação Nacional dos Produtores e Importadores de Inoculantes (ANPII), Solon Cordeiro de Araújo, o ambiente agrícola está aceitando e buscando os insumos biológicos cada vez mais. “De produtos alternativos, estão passando a ser a primeira opção dos agricultores

em muitos casos. Para a manutenção deste cenário, é necessário continuar com um forte esquema de pesquisa e desenvolvimento, proporcionando produtos ainda com maior eficiência para o produtor rural”, aconselha.

Alguns entraves ainda precisam ser superados no Brasil, segundo o diretor executivo da ANPII, principalmente considerando nichos que utilizam de forma errada os insumos biológicos, que exigem cuidados em sua aplicação para sua maior eficiência. Atualmente, das 130 milhões de doses de inoculantes biológicos comercializadas no país, cerca de 80% são destinadas ao cultivo da soja, seguida pelo milho e trigo em

relevância. Mas a proposta é que outras culturas também sejam beneficiadas e os resultados de pesquisas são fundamentais neste contexto. “Além de representar politicamente o setor de inoculantes no âmbito político e regulatório, a ANPII tem um amplo trabalho de cooperação com as áreas de pesquisa, visando novos e mais eficientes produtos”, explica Solon. E completa: “A ANPII vem realizando pesquisas científicas na forma de Aliança Estratégica Tecnológica, reunindo todas as empresas em estudos na fase pré-competitiva e esperamos em breve ver no mercado novas tecnologias, fruto desse trabalho colaborativo da entidade”.

AR

AGRICULTURA SUSTENTÁVEL

De acordo com Mariângela, pesquisadora da Embrapa, o Brasil é reconhecido internacionalmente como o país que mais se beneficia do uso de microrganismos na agricultura. “Essa não é uma luta de um único elemento. É da pesquisa, incansável em procurar pela inovação. É da indústria, que investiu e investe em inovações em um parque industrial que, sem dúvidas, está no topo do mundo. É também do legislativo, que fiscaliza para que aquilo que a pesquisa promete chegue com qualidade ao agricultor, que estimula boas práticas de fabricação. E é do agricultor, que acredita no que é dito pela pesquisa, pela extensão, pela indústria”, pontua, comentando que os números refletem toda essa cadeia de sucesso. Um desafio é alcançar e atender melhor os pequenos produtores. E disponibilizar produtos para outras culturas. “É triste ver que hoje, no mercado, não se encontra inoculantes para o feijoeiro, embora a pesquisa tenha selecionado estirpes excelentes, que resultam em alto rendimento sem nenhuma adição de fertilizantes nitrogenados. É necessário estimular o aumento da diversidade de produtos disponibilizados ao mercado”, aponta Mariângela Hungria da Cunha.

A fronteira de Bioinsumos

O êxito na jornada de protagonista global da sustentabilidade no campo só depende de nós



A invasão da Rússia à Ucrânia, além dos horrores de uma guerra, perdas de numerosas e preciosas vidas e imensos danos políticos e econômicos, enfatizou a dependência externa do Brasil quanto aos fertilizantes agrícolas minerais, pois importamos 85% do total consumido. Enquanto as duas nações do Leste da Europa, incluídas entre os maiores fornecedores globais desses adubos, digladiam-se, os produtores rurais de nosso país lutam para manter sua posição global do setor, garantir as culturas de alimentos e commodities do campo, gerar empregos e contribuir para o crescimento nacional, como se verificou no resultado do Produto Interno Bruto (PIB) no primeiro trimestre deste ano, quando a agropecuária teve expansão de

21,6%. Penso que não deveriam ser necessários um conflito bélico e uma pandemia, que também prejudicou as importações, devido às dificuldades logísticas enfrentadas nos últimos três anos, para que o Brasil entendesse e previsse a necessidade de prover insumos de modo sustentado para a atividade que tem sido a âncora de sua economia. Porém, mais importante do que lamentar o passado é corrigir os rumos e equívocos para garantir o futuro. Assim, é fundamental o Plano Nacional de Fertilizantes (PNF), instituído em 2021, projeto referencial para o fomento da produção nacional e planejamento do abastecimento até 2050.

No enfrentamento do problema, uma alternativa relevante é referente aos adubos organominerais e

orgânicos sólidos, produzidos principalmente pela compostagem de esgotos e efluentes industriais e agropecuários. No entanto, os primeiros representam apenas 5% do total utilizado pelo agronegócio nacional e os segundos apenas 1,6%, de acordo com a Associação Brasileira das Indústrias em Tecnologia em Nutrição Vegetal (Abisolo). Esses bioinsumos são um processo perfeito de economia circular, pois resíduos que seriam passivos ambientais e/ou engrossariam o volume destinado aos aterros sanitários retornam ao ciclo econômico. Por isso, seria interessante incrementar sua produção. Por outro lado, somos líderes mundiais no conjunto de todos os bioinsumos, em especial nos defensivos contra pragas. Segundo o levantamento mais recente da Kinetec, empresa global de dados sobre esses produtos, cerca de 130 empresas do setor no País movimentaram R\$ 1,7 bilhão na safra 2020 | 2021. Estamos em linha com uma irreversível tendência. A Fortune Business Insights aponta que o mercado global de bioprodutos, incluindo biopesticidas, biofertilizantes e bioestimulantes (micro-organismos, enzimas e extratos), foi estimado em US 11,67 bilhões em 2022, devendo quase triplicar até 2029, alcançando US 29,31 bilhões. Esses produtos também são congruentes com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e os princípios da governança ambiental, social e corporativa (ESG).

Para melhor entendimento do leitor, os bioinsumos, para efeito didático, são divididos em cinco grupos:

AGENTES BIOLÓGICOS DE CONTROLE

Organismos vivos utilizados para combater pragas de maneira natural;

BIOESTIMULANTES

Substâncias naturais para impulsionar a germinação e o crescimento das culturas

BIOFERTILIZANTES

Compostos animais, vegetais ou microbióticos que impulsionam a produtividade;

CONDICIONADORES DE AMBIENTES

Melhoram a atividade microbiológica no solo e áreas de produção de alimentos;

INOCULANTES BIOLÓGICOS

Micro-organismos utilizados para impulsionar a fixação biológica de nitrogênio e outros elementos necessários ao desenvolvimento das plantas

A utilização segura dos bioinsumos em nosso país é subsidiada por três recomendações da Embrapa (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária), referência científica mundial para a agropecuária: permitir a multiplicação apenas de microrganismos que constem das listas oficiais do Ministério da Agricultura e Pecuária; cadastrar os produtores nessa pasta; e manter um responsável técnico habilitado para a produção. Vale registrar as tecnologias desenvolvidas pelo Instituto Biológico de São Paulo (IB), crescentemente empregadas no agronegócio. As cepas criadas para pastagem, cana, citros, seringueira, morango, banana e flores economizam centenas de milhões anuais, além de benefícios ao meio ambiente, por evitarem produtos químicos.

Considerando o porte, nível elevado de desenvolvimento e relevância mundial do agronegócio brasileiro, temos plenas condições – e a responsabilidade – de ser referência global também nos bioinsumos. Nesse sentido, é importante a votação no Senado e sanção presidencial do Projeto de Lei

658/2021, aprovado recentemente pela Câmara dos Deputados, que simplifica o registro de produtos desenvolvidos e utilizados dentro das próprias fazendas. Estabelecimentos agropecuários, cooperativas, associações e empresas comunitárias rurais ficam autorizados a produzi-los para uso próprio. O empenho para o fomento dos bioinsumos é muito importante, pois os resultados são positivos, como se observa no controle biológico de pragas em grandes plantações de cana-de-açúcar em nosso país: no caso dos nematóides, vermes que atacam as raízes das plantas, a substituição de defensivos químicos é de 100%; no que diz respeito à broca-da-cana (*Diatraea saccharalis*), 85%; cigarrinha-das-raízes (*Mahanarva fimbriolata*), 92%; e *Sphenophorus levis*, besouro conhecido como bicudo-da-cana, 55%. Ainda é preciso avançar no que diz respeito à *Hyponeuma taltula* (broca peluda), cupim, formigas cortadeiras e *Migdolus fryanus*, outra espécie de besouro encontrada em canaviais.

Além do aspecto ecológico, há economia financeira com o uso de

defensivos naturais. O principal produto químico contra a broca-da-cana tem custo total, incluindo aplicação aérea, de R\$ 144,00 por hectare. O controle com a liberação de duas espécies de vespas (*Cotesia flavipes* e *Trichogramma galloi*), por meio de drones, custa R\$ 65,00. Para o combate à cigarrinha-das-raízes e ao bicudo-da-cana, têm sido utilizados dois tipos de fungos. Os agentes biológicos contra os nematóides são dois microrganismos (*Bacillus subtilis* e *Bacillus licheniformis*). Com o avanço na área de bioinsumos, a agropecuária brasileira, referência em produtividade e preservação de vastas matas nativas e mananciais dentro das propriedades rurais, caminha para se consolidar, em todas as frentes, como a grande protagonista global da sustentabilidade no campo. O êxito nessa jornada só depende de nós.

AR

João Guilherme Sabino Ometto

Engenheiro, empresário e membro da Academia Nacional de Agricultura

Brasil 390 milhões de toneladas

Produção de grãos deve crescer 24% em dez anos, puxada por soja, milho e algodão



186,7 milhões de toneladas de soja em 2033.

A produção de grãos no Brasil deverá aumentar 24,1% nos próximos dez anos, chegando perto de 390 milhões de toneladas na safra 2032 - 2033, com acréscimo de 75,5 milhões de toneladas. Uma taxa de crescimento de 2,4% ao ano. A soja, o milho de segunda safra e o algodão devem continuar alavancando o crescimento da produção de grãos. A área deve avançar dos atuais 77,5 milhões de hectares (Conab – Maio de 2023) para 92,3 milhões de hectares em 2032 - 2033. Os números são do estudo 'Projeções do Agronegócio, Brasil 2022 - 2023 a 2032 - 2033, rea-

lizado pela Secretaria de Política Agrícola do Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA) e Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA). As projeções mostram um enorme potencial de crescimento, que deverá ocorrer, principalmente, com base na produtividade. Entretanto, será necessário ampliar os investimentos em pesquisa.

A expansão de área deverá ocorrer devido ao padrão de crescimento da agricultura brasileira. A produtividade e as tecnologias operam juntas no sentido de crescimento sustentável. A adição dos 14,7 milhões de hectares

à área plantada de grãos poderá vir da conversão de áreas atualmente degradadas, particularmente, oriundas de pastagens extensivas, que evitem afetar a cobertura vegetal do país. De acordo com a análise da pesquisa, 78% da expansão da área plantada deverá ocorrer com o cultivo da soja.

A produção de soja em 2032 - 2033 deverá atingir 186,7 milhões de toneladas, 20,6% a mais. A exportação do grão poderá alcançar 121,4 milhões de toneladas, participação de 60,6% nos embarques mundiais. A área de milho segunda safra deve crescer nas áreas liberadas pela soja, no sistema de plantio direto. Milho e soja deverão sofrer pressão devido ao uso crescente, como culturas relevantes para produção de biocombustíveis, essencialmente biodiesel e etanol de milho.

A produção total de milho está projetada para 160 milhões de

GRÃOS BRASIL

- # Produção em 2022 - 2023:
313,8 milhões de toneladas
- # Produção em 2032 - 2033:
390 milhões de toneladas
- # Crescimento de 24,1%



toneladas em dez anos, alta de 27%. As vendas externas e a demanda de milho para a produção de etanol serão duas importantes forças no estímulo. O milho adquire importância crescente como matéria prima e como alimento. Brasil e Estados Unidos deverão liderar as exportações, estimadas em 69 milhões de toneladas por país. Uma participação de 30% para cada um.

As projeções do algodão em pluma indicam produção de 3,6 milhões de toneladas em dez anos, expansão de 26,8%, dominado principalmente pela produtividade. Mato Grosso e Bahia respondem atualmente por 90% da produção nacional. O aumento da produtividade será impulsionado por melhoramento genético, melhores práticas agrônômicas, novas tecnologias e agricultura de precisão. O Brasil deverá responder por 12,5% da produção mundial em 2030. Estados Unidos, Brasil e Índia comandando os embarques internacionais. O consumo no Brasil deve apresentar estabilidade nos próximos anos, situando-se em 732 mil toneladas anuais. Dados da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico - Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (OCDE - FAO)

GRÃOS - TONELADAS

Soja: 2022 – 2023:

154,8 milhões |

2032 – 2033: 186,7 milhões

Milho: 2022 – 2023:

125,5 milhões |

2032 – 2033: 160 milhões

Algodão: 2022 – 2023:

2,9 milhões |

2032 – 2033: 3,6 milhões



A produção de carnes bovina, suína e de frango deverá ter alta de 6,6 milhões de toneladas entre 2022 - 2023.

mostram que o consumo per capita de fibra de algodão foi ultrapassado pelas fibras sintéticas a partir dos anos 1990, devido aos preços mais acessíveis.

CARNES

A produção de carnes bovina, suína e de frango deverá ter alta de 6,6 milhões de toneladas entre 2022 - 2023 e 2032 - 2033, um aumento de 22,4% de aumento. Saindo dos atuais 29,6 milhões de toneladas para 36,2 milhões de toneladas. As carnes de frango e suína são as que devem apresentar maiores índices de crescimento nos próximos anos: frango com 28,1% e suína com 23,2%. A produção de carne bovina deve crescer 12,4%, embora o Brasil continue liderando o mercado internacional do produto, abastecendo 28,5% do consumo mundial. Deverá haver um esforço de crescimento em infraestrutura, investimento em pesquisa e financiamento para o setor devido à procura planetária por proteína animal.

O estudo aponta que o mercado interno, as exportações e os ganhos de produtividade deverão ser os principais fatores de crescimento nos próximos dez anos. Em 2032 - 2033, perto de 33% da produção de soja deverá ser destinada ao mercado doméstico, o milho 65% e o café quase 43% da produção. O aumento da produção nacional deverá ser pressionado com o crescimento do mercado interno e das exportações brasileiras. Cerca de 35,5% da produção de carne de frango será destinada ao mercado interno. A participação da carne suína será de 14,8% no mercado interno. Embora o Brasil seja um grande exportador para diversos produtos, o consumo interno será relevante. O trabalho das Projeções tem por objetivo indicar direções do crescimento da agropecuária e fornecer informações aos formuladores de políticas públicas quanto às tendências de produtos do agronegócio.

AR

Programa para solos degradados da Syngenta libera R\$ 500 milhões

Com parcerias com o Itaú BBA e a The Nature Conservancy, Reverte tem a meta de recuperar, até 2030, 1 milhão de hectares de pastagens degradadas



O Programa Reverte, iniciativa criada pela Syngenta junto à The Nature Conservancy (TNC) e que conta com o Itaú BBA como parceiro financeiro, acaba de alcançar o marco de R\$500 milhões em créditos liberados para que os agricultores possam financiar os insumos necessários para evoluírem com a recuperação de solos degradados, por meio da aplicação de protocolos agronômicos específicos.

Com a Embrapa (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária) como responsável pelo aconselhamento técnico do programa, o Reverte é uma iniciativa desenvolvida em 2019 - e implementada em 2021 - que tem como objetivo apoiar agricultores, por meio de técnicas agronômicas e financiamento de longo prazo, a transformarem pastos degradados em solos produtivos, sem

a necessidade de abertura de novas terras, suportando, assim, não apenas a preservação ambiental, como também o avanço da agricultura regenerativa. A ideia é permitir que estes produtores expandam suas lavouras sem degradar o solo, demonstrando a viabilidade econômica de recuperar terras ao invés de abrir novas para plantar. Todos estes fatores contribuem, também, para a preservação da vegetação nativa.

“Estamos recuperando milhares de hectares degradados em áreas de lavoura, sempre com a combinação da tecnologia da Syngenta junto com outros sistemas de produção, como sistemas integrados e rotações de cultura. Com os avanços técnicos e seguindo um protocolo socioambiental bastante rígido, é possível aumentar o número de áreas recuperadas, viabilizando ainda mais a

expansão sustentável da agricultura no Brasil”, destaca Grazielle Parenti, vice-presidente de Relações Institucionais e Sustentabilidade da Syngenta.

Até o momento, o Reverte conta com 39 clientes e 206 fazendas com compromisso assinado com o programa, somando um total de 140 mil hectares de solos degradados em processo de recuperação e R\$ 500 milhões em créditos liberados aos agricultores por meio da parceria com o Itaú BBA.

“Em linha com o nosso compromisso em apoiar os clientes na transição para práticas ainda mais sustentáveis, o Programa Reverte possibilita que produtores rurais tenham acesso a orientações e protocolos agronômicos essenciais à recuperação de solos degradados. Isso não só traz benefícios

CEO global da Adama visita Brasil e elogia agricultura

O líder global da empresa, Steve Hawkins, está impressionado com avanços do setor

O novo CEO global da Adama, Steve Hawkins, que assumiu o cargo em maio, desembarcou recentemente no Brasil para ver de perto os negócios da empresa no país. “Eu sempre tive uma impressão positiva da agricultura brasileira, mas fiquei impressionado com o avanço que vi em relação à última vez em que aqui estive, há sete anos”, declarou.

No Brasil, onde já havia estado algumas vezes, Hawkins esteve por seis dias e, agora como CEO, se encontrou com alguns clientes e parceiros na capital paulista. Também esteve com a equipe executiva da Adama em Londrina (PR), onde fica a sede da empresa, discutindo os desafios do mercado brasileiro, e conheceu de perto a operação da fábrica no município – a Adama também possui sites de produção em Taquari (RS) –, além do laboratório, do Instituto

Adama e sua estação experimental de pesquisa em Rolândia (PR).

O CEO visitou a Fundação ABC, em Castro (PR), e, em Carambeí (PR), a Cooperativa Frisia, além do produtor Franke Dijkstra, um dos precursores do plantio direto, o sistema mais conservacionista de trabalhar a terra para fins agropecuários. “Fiquei maravilhado com tudo o que vi”, afirmou.

“A Adama lançou uma nova estratégia global há 18 meses e vi ganhar vida aqui o seu primeiro pilar, o de ser inspirado nos agricultores e estar próximo dos canais. Nós escutamos os agricultores e nossos parceiros. E eu gostei do que vi no que diz respeito aos relacionamentos. Somos um fornecedor de tecnologia e, se estamos fornecendo a tecnologia certa. Isso faz com que as

pessoas queiram trabalhar com essa demanda. Foi isso o que constatei”, avaliou Hawkins.

Segundo o CEO, o modelo brasileiro, que considera único, envolve fabricação de princípios ativos, formulação, organização comercial, pesquisa e desenvolvimento de produtos, um negócio completo para entregar as melhores soluções para agricultores e parceiros.

“Investimos muito no Brasil nos últimos anos, principalmente na produção. Sintetizamos alguns produtos, investimos em novas formulações. Criamos um hub de formulações e colocamos mais pessoas no campo, que é o que gostamos de fazer”, completou Romeu Stanguerlin, CEO da Adama Brasil, que acompanhou Hawkins nas visitas. AR



Steve Hawkins (direita) e Romeu Stanguerlin, CEO da empresa no Brasil, na Estação Adama 3, em Rolândia (PR).

Defensivos na loja crescem 50%

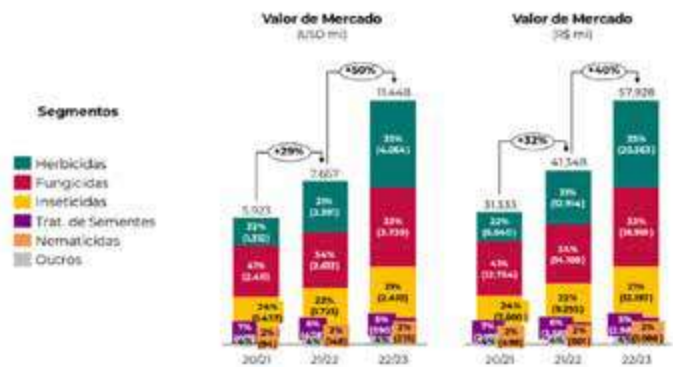
Levantamento FarmTrak mostra movimento de US\$ 11,4 bilhões

Com aumento de 6% na área plantada de soja na safra 2022 | 2023, que ultrapassou 42 milhões de hectares, os defensivos agrícolas para a cultura movimentaram US\$ 11,4 bilhões, alta de 50% sobre o ciclo anterior (US\$ 7,657 bilhões). Os dados são do levantamento FarmTrak, da consultoria Kynetec. A oleaginosa segue na posição de principal cultivo da indústria do setor, seguida do milho e da cana-de-açúcar. De acordo com o gerente de contas da Kynetec,

IMPORTÂNCIA DE MERCADO – SEGMENTOS

MERCADO TOTAL – SOJA 22/23

Introduções em % bases por indicação



A adoção de produtos para folhas estreitas avançou de 46%, em 2018 | 2019, para 77% em 2022 | 2023”, exemplificou.

O executivo salientou, ainda, que a utilização de herbicidas específicos pelo produtor avançou em toda a fronteira agrícola, tendo em vista ervas de difícil controle, como capim-amargoso, milho-tiguera, capim-pé-de-galinha e outras. “Os pré-emergentes residuais também subiram em adoção, para 45%, frente a 34% de 2020 | 2021. Tais produtos auxiliam no controle do banco de sementes, evitando a rebrota de plantas daninhas”, comentou Alves. **AR**

Lucas Lima Alves, os herbicidas foram os produtos mais demandados e corresponderam a 35% das vendas ou US\$ 4,1 bilhões, elevação de 70%, em dólar, diante da safra 2021 | 2022 (US\$ 2,391 bilhões). “Historicamente, a categoria dos fungicidas vinha liderando o ranking de agroquímicos mais representativos na soja”, informou.

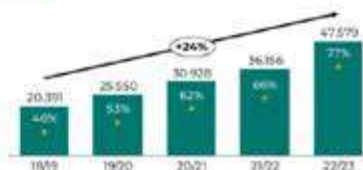
60% das transações do segmento. “O produtor tem aumentado a utilização de herbicidas específicos, como gramínicidas, pré-emergentes.

EVOLUÇÃO DE USO - GRAMINICIDAS

HERBICIDAS – SOJA 22/23

Base por indicação

Área Potencial Tratada
Adoção em Área (%)



Adoção em Área (%) - Regiões 22/23

- 51 - 60%
- 61 - 70%
- 71 - 80%
- > 80%



Rodrigo Miguel assume como Diretor Geral Latam da Agrifirm

O multinacional holandesa Agrifirm anunciou, em julho, a chegada de seu novo Diretor Geral para a América Latina, Rodrigo Miguel. A contratação faz parte dos três pilares de seu compromisso com o mercado brasileiro: remodelação dos negócios, fortalecimento da equipe e uma nova liderança local.

Formado em Medicina Veterinária pela Universidade de São Paulo (USP) e especializações em Gestão Estratégica de Negócios e

Desenvolvimento Comercial pela FGV, Rodrigo possui uma sólida bagagem profissional com mais de 20 anos de experiência de mercado, ocupando posições estratégicas em empresas do segmento de nutrição animal e aditivos.

“Colocaremos em prática uma nova estratégia para consolidação dos planos no mercado do Cone Sul com objetivo de reforçar ainda mais a nossa atuação com vistas à agregação de valor para os nossos

clientes através da construção de parcerias de resultados, além da expansão dos negócios para os demais países da América Latina”, ressalta o executivo. **AR**

“Três pilares de seu compromisso com o mercado brasileiro: remodelação dos negócios, fortalecimento da equipe e uma nova liderança local”.



Rodrigo Miguel.

Grupo Sinagro quintuplica faturamento em cinco anos

Companhia encerrou safra de 2022/23 com 62 lojas e planeja completar 70 até o final de ano. Faturamento foi de R\$ 4,7 bilhões

Os resultados da safra de 2022/23 consolidaram o Grupo Sinagro como uma das maiores plataformas de distribuição de insumos agrícolas do cerrado brasileiro. O faturamento da empresa praticamente quintuplicou nos últimos cinco anos, atingindo R\$ 4,7 bilhões na safra 2022/23.

“Nosso resultado se deve ao comprometimento e competência de cada um dos colaboradores. Alcançamos excelência em muitos processos. A última colheita, fechada no dia 30 de junho, foi desafiadora, mas conseguimos resultados positivos e mantivemo-nos firmes na missão de estar ao lado do produtor a todo tempo e o tempo todo”, destaca Renato Guimarães, CEO do Grupo Sinagro.

A companhia encerrou a temporada 2022/23 possuindo 62 lojas de insumos distribuídas em 10 Estados.



Renato Guimarães, CEO da Sinagro: “Última colheita foi desafiadora, mas conseguimos resultados positivos e mantivemo-nos firmes”.

Atualmente, são 739 municípios atendidos, com 369 agrônomos em campo para atender aos 6.200 clientes ativos. Foram 30 novas unidades abertas em 2022 e a previsão é encerrar 2023 com 70 estabelecimentos.

“A expansão acompanhou uma série de desafios e obstáculos. No entanto, estamos alinhados aos nossos propósitos e superamos todas as adversidades. Nossa equipe cresceu em quantidade e, também, em

qualidade. Consigo enxergar o esforço e dedicação em todos que fazem parte do nosso time”, diz o presidente.

As metas da safra 2023/24 já foram traçadas pelo Grupo Sinagro. “Queremos melhorar nosso modelo de governança, revisar alguns processos chave, fortalecer ainda mais nossa cultura organizacional e, conseqüentemente, aumentar a eficiência na gestão do negócio. Desta maneira, iremos aumentar a rentabilidade, expandir a atuação para todo o Cerrado Brasileiro, e principalmente melhorar a qualidade dos serviços prestados aos nossos clientes”, finaliza Guimarães.

O Grupo Sinagro é uma das maiores plataformas de distribuição de insumos agrícolas e pecuária do Cerrado Brasileiro. Referência no agronegócio do país, a empresa está presente em dez estados: Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás, Bahia, Tocantins, Pará, Minas Gerais, Maranhão, Piauí e Rondônia.

AR



Loja da Sinagro em Araxá, Minas Gerais: plano de expansão do grupo prevê mais oito unidades ainda este ano

Agro investe na planta!

Nutrição, sementes, inoculantes biológicos e guerra contra as pragas para garantir saúde das lavouras

A consultoria Kynetec apurou que o mercado de produtos para nutrição da soja cresceu de US\$ 7,8 bilhões na safra 2019 – 2020 para perto de US\$ 16,2 bilhões no ciclo 2022 – 2023. Um avanço de mais de 110%. O levantamento faz parte do estudo FarmTrak, exclusivo da empresa, e analisou os segmentos de corretivos e condicionadores de solo, adubação de base, adubação de cobertura, inoculantes, bioestimulantes e fertilizantes via semente e foliares. Na comparação à safra 2021 - 2022, quando as transações envolvendo esses produtos passaram de US\$ 12 bilhões, a alta foi de 30%. “Aumentaram os investimentos e também as áreas-alvo de tratamentos”, resume Giovanni Coser, especialista em nutrição de plantas da Kynetec. “Atento às novas tecnologias, sempre em busca de produtividade, o sojicultor adere a novos produtos e a outras ferramentas nutricionais inovadoras”, continua. De acordo com Coser, na safra 2019 - 2020, a primeira da série histórica do FarmTrak Nutrição, o agricultor realizava em média 6,7 tratamentos, número que subiu para 7,6 tratamentos no estudo recém-divulgado.

Conforme o especialista, os fertilizantes de solo empregados no plantio ou em cobertura mantêm histórica dianteira no mercado de nutrição da soja: mais de 80% de participação ou aproximadamente US\$ 12,9 bilhões. O desempenho da categoria de produtos mais do que dobrou ante a safra 2019 - 2020 (US\$ 6,392 bilhões). Giovanni Coser esclarece que, somados, os corretivos e condicionadores de solo, e a adubação via semente e foliar,

inclusive bioestimulantes, além de inoculantes, responderam por 19% do resultado do mercado de insumos para nutrição da oleaginosa no ciclo 2022 - 2023, em torno de US\$ 3 bilhões.

Por categoria de produtos, o segmento formado pelos fertilizantes foliares e via tratamento de sementes atingiu US\$ 1,07 bilhão, uma elevação de 35% sobre 2021 - 2022 (US\$ 695 milhões). As vendas para nutrição foliar foram de US\$ 730 milhões (+34%); para tratamento de sementes de US\$ 115 milhões (+27%). Os bioestimulantes movimentaram US\$ 222 milhões (+43%).

RECORDES DE DADOS EM SOLO, COM BIOESTIMULANTES E INOCULANTES

Desdobramentos do FarmTrak Nutrição 2022 - 2023 trouxeram à luz uma elevação representativa no desempenho dos fertilizantes de solo MAP (fosfato monoamônico) e superfosfato simples, empregados na fase de plantio. Somados, os produtos giraram cerca de R\$ 3,1 bilhões, um acréscimo de 12% ante a pesquisa anterior, e totalizaram 30% do volume de insumos para nutrição da soja aplicados no plantio. “Com adoção média de 24%, a

IMPORTÂNCIA DE MERCADO – SEGMENTOS

NUTRIÇÃO DE PLANTAS – SOJA 22/23



fórmula MAP apresentou avanços em adoção principalmente nas regiões Centro, de 31%, e Centro-Norte, de 41%. Nestas, houve ao menos uma aplicação de MAP”, salienta Coser.

Nos bioestimulantes, outro recorte importante da Kynetec apontou crescimento de 38% frente a safra 2019/20 (28%). “Constatamos que hoje em dia 39% da área total de soja utilizaram alguma tecnologia voltada à bioestimulação da cultura”, resume Coser. O estudo da Kynetec revelou ainda cenário evolutivo relevante para os inoculantes na série histórica. Estes produtos têm como principal organismo ativo o Bradyrhizobium, um gênero de bactérias do solo, e obtiveram 83% de adoção em área, conforme observa Coser. “Cresceu também a inoculação associada à bactéria Azospirillum, com 40% de adoção em área e salto de 70% na comparação aos 23% registrados na safra 2019 2020”, conclui.

De acordo com o diretor executivo da Kynetec para a América Latina, André Dias, a elaboração do FarmTrak Nutrição Soja 2022 - 2023 está ancorada em 2,4 mil entrevistas pessoais com sojicultores, captadas em quase 670 cidades da fronteira agrícola da oleaginosa. Conforme Dias, a empresa já deu a partida no desenvolvimento do mesmo estudo ao longo da safra 2023 - 2024.



O mercado de sementes de soja movimentou R\$ 24,5 bilhões na última safra, alta de 18% frente ao ciclo 2021 - 2022 (R\$ 20,76 bilhões). Os dados são do estudo FarmTrak Soja. As sementes 'Bt' chegaram a mais de 90% dos cultivos, enquanto as 'RR' ocuparam 8%.

O resultado é altamente representativo, pois ratifica, safra após safra, a força do setor sementeiro dentro do processo produtivo da mais importante cultura agrícola do país. Diante do período 2020 - 2021, quando esse segmento transacionou R\$ 15,6 bilhões, o crescimento acumulado chegou a 57%. “Embora tecnologias Bt tenham ampliado espaço, houve novo aumento na adoção de tratamentos com lagartidas. Estes produtos alcançaram quase 80% do plantio em áreas com biotecnologias Bt, contra

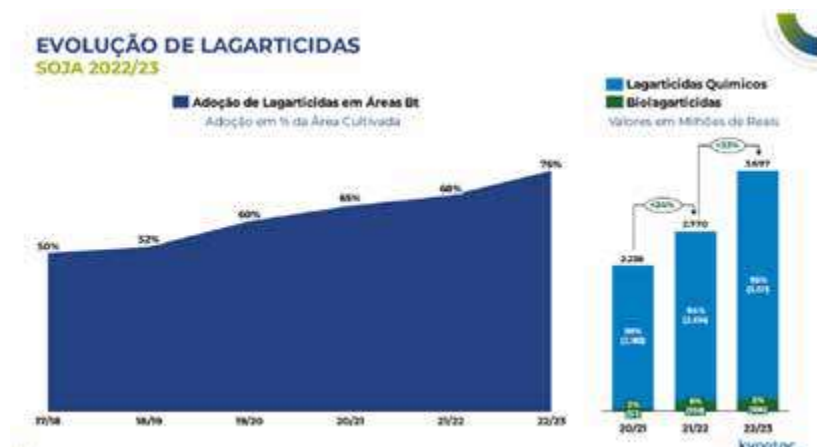
cerca de 50% de cinco safras atrás. Os lagartidas corresponderam em 2022 - 2023 a 30%, ou R\$ 3,7 bilhões, do total de R\$ 12,2 bilhões do mercado de inseticidas.

O FarmTrak da Kynetec destaca ainda a evolução acelerada do mercado de biolagartidas. Os produtos já movimentam R\$ 186 milhões na sojicultura. Os dados indicam tendência de novos saltos relacionados à lagartidas biológicos nas próximas safras. Estão cada vez mais presentes nas lavouras, enquanto ferramenta complementar ao MIP ou Manejo Integrado de Pragas. Em contrapartida, a pesquisa revelou adesão pouco representativa do produtor às chamadas 'novas' biotecnologias de última geração, que somaram pouco mais de dois milhões de hectares, ou 5% da área cultivada.

MERCADO DE SEMENTES

CRESCE 18%

Resultado vem com aumento de 6% da área cultivada. Subiram também aplicações de lagartidas e biolagartidas



INOCULANTES BIOLÓGICOS CRESCEM

Entregas das empresas somaram mais do que 423 milhões de reais no ano passado

Paraná, São Paulo, Mato Grosso e Goiás são os estados brasileiros que lideram o uso de inoculantes biológicos nas lavouras. Os dados são das indústrias associadas à Associação Nacional dos Produtores e Importadores de Inoculantes (ANPII). O crescimento desse mercado tem sido bastante expressivo nos últimos anos em todo o território brasileiro, somando mais de R\$ 423 milhões de vendas em 2022. Analisando uma longa série histórica da entidade, iniciada em 2009, a elevação também é significativa, numa média acima de 15% ao ano. Só no ano passado, as doze indústrias associadas entregaram mais de 134 milhões de doses de inoculantes biológicos nas diversas culturas agrícolas do Brasil, principalmente soja, milho, cana, trigo e feijão. “Os insumos biológicos vêm ganhando força no campo como alternativas aos insumos tradicionais, com várias finalidades e benefícios, como o de suprir o nitrogênio através da fixação biológica de N, a solubilização de nutrientes, como o fósforo presente nos solos, mas indisponível para as plantas, e a promoção de crescimento, através da liberação de fitohormônios pelas bactérias do bem”, explica Solon Cordeiro de Araújo, diretor executivo da ANPII. Para ele, a inoculação de bactérias benéficas é uma técnica que oferece muitas vantagens já que são empregados microrganismos naturais que tornam a agricultura nacional cada vez mais sustentável econômica e ambientalmente.

Os tradicionais inoculantes biológicos baseados em bactérias do gênero *Bradyrhizobium* representaram 57,4% das vendas levantadas em 2022, mas outros produtos mais novos no mercado, como *Azospirillum* e *Pseudomonas*, já responderam por 38,6% do valor de todas as vendas no Brasil, mostrando que a inovação não pára no setor. Quando se trata das culturas mais beneficiadas, a soja lidera a utilização com 81,8% do valor das vendas. Já o milho corresponde a 11,5% e a cana vem na sequência com 2%. “Além dos bons resultados nessas culturas, os inoculantes têm se mostrado poderosos aliados em outras lavouras, como trigo e feijão”, afirma Solon. No caso específico da soja, de acordo com o diretor executivo da ANPII, “a pesquisa oficial registra uma média de 8% no aumento da produtividade, com a reinoculação, ou seja, utilização de inoculação em todas as safras, com bactérias do gênero *Bradyrhizobium*”. Solon ainda destaca: “Sabemos também que a coinoculação, a utilização conjunta de *Bradyrhizobium* e *Azospirillum*, proporciona ganhos de 16% na produtividade. São números extremamente positivos e que reforçam o papel de sustentabilidade econômica dos inoculantes biológicos na sojicultura nacional, além da dispensa do uso de fertilizantes químicos nitrogenados”.

Na cultura da soja, a mais importante no agro nacional e mais tradicional no uso dessa tecnologia, de acordo com dados coletados por institutos de pesquisa, os inoculantes foram adotados em mais de 80% da área plantada na safra 2022 - 2023. Já a coinoculação ficou entre 35% e 40% da área da cultura em território brasileiro. No caso do milho da safra principal, os inoculantes biológicos chegam a mais de 22% da área plantada, com avanço gradual a cada ano. “O uso desses biológicos no milho tende a crescer ainda mais nas próximas safras, uma vez que recentemente houve recomendação da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) da possibilidade de redução de até 25% dos fertilizantes químicos nitrogenados utilizados na cultura, com a implementação de inoculação com *Azospirillum*, após mais de 10 anos de condução de trabalhos científicos, nas mais importantes áreas produtivas da cultura no Brasil”, complementa Solon, apontando para um cenário ainda mais promissor quando se trata do mercado de inoculantes biológicos em gramíneas.

INCIDÊNCIA DE PERCEVEJOS AVANÇA 20%

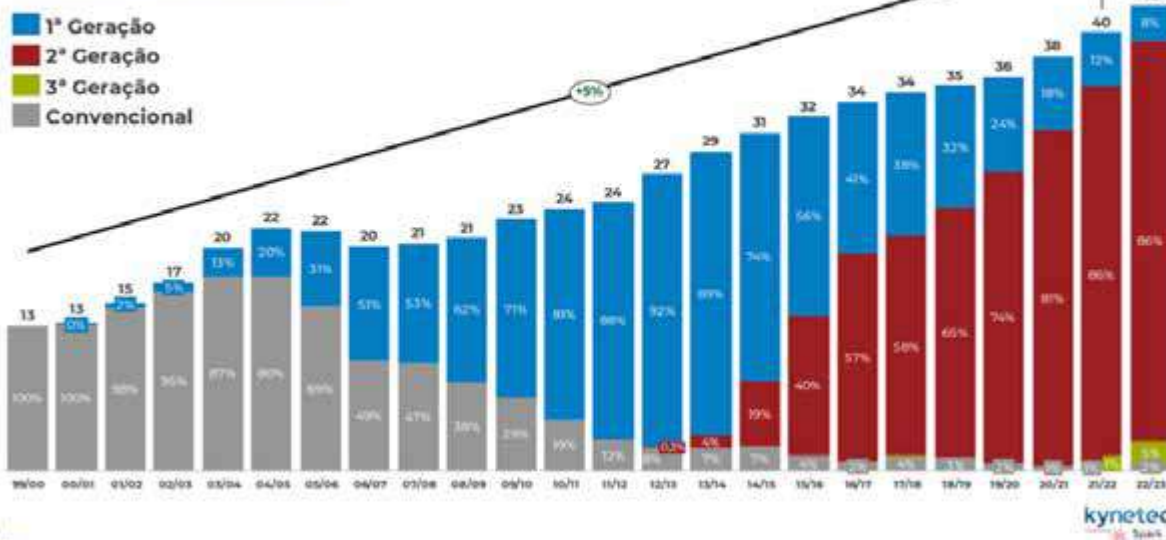
Ocorrência foi registrada no 1º semestre e a área tratada com defensivos aumentou 13% no mesmo período

A incidência de percevejos continua sendo um dos principais desafios para o agricultor brasileiro. No primeiro semestre de 2023, a ocorrência do inseto cresceu 20% em relação ao mesmo período do ano passado, exigindo alto desempenho no manejo agrícola. É o que indica o relatório do Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Defesa Vegetal (Sindiveg), organizado a partir de pesquisa de campo realizada pela consultoria Kynetec. O estudo aponta ainda que a área tratada com defensivos (PAT) avançou 13% no primeiro semestre de 2023 em relação ao primeiro semestre de 2022. O crescimento foi impulsionado principalmente pela própria expansão de área plantada em todo o Brasil, com destaque para as culturas de soja e algodão. “Mesmo neste cenário tão desafiador de infestações no campo, os produtores brasileiros vêm batendo recordes de produtividade. O que demonstra novamente a importância das tecnologias de proteção de cultivos para que os agricultores sigam produzindo em alto nível, oferecendo à sociedade alternativas viáveis e sustentáveis para a crescente demanda por alimentos e fibras”, comenta Júlio Borges Garcia, presidente do Sindiveg. “Afinal, são os defensivos que permitem às plantas crescer e dar frutos, ao protegê-las do ataque de pragas, doenças e plantas daninhas”, completa o executivo.

AR

EVOLUÇÃO DE BIOTECNOLOGIAS SOJA 2022/23

Base em Área Cultivada (milhões ha).



A evolução da agricultura do Brasil

O agricultor brasileiro é o grande sujeito de toda a evolução da agricultura



A evolução da agricultura garantiu a segurança alimentar da população brasileira, a criação de indústrias, a geração de emprego e renda. A agricultura é responsável por 21% dos empregos formais no Brasil. Em 2022, a agricultura participou com 24,8% do PIB e 47,6% das exportações brasileiras. Hoje já somos o primeiro produtor mundial de soja, o quarto maior produtor de algodão. O Brasil é o maior exportador de carne bovina, de suco de laranja e o segundo maior exportador mundial de algodão. Até o início dos anos de 1970, a economia agrícola do Brasil era fundamentada no cultivo de café e cana-de-açúcar, principalmente. Éramos grandes importadores de alimentos componentes da cesta básica do brasileiro como arroz, feijão, carnes e leite.

A partir de meados dos anos de 1970, com a ocupação da região de Cerrado, a realidade da agricultura brasileira começou a se transformar, o que foi possível graças aos conhecimentos científicos gerados a partir dessa data. Em função de um grande fluxo migratório, especialmente de agricultores, a região Centro-Oeste do Brasil, antes praticamente desabitada, tornou-se importante região produtora

de grãos, carnes, fibras e energia, reduzindo assim a dependência do Brasil de produtos importados. Em 2001, o Brasil atingiu a marca dos 100 milhões de toneladas de grãos, cultivando 38 milhões de hectares. Em 2023, são produzidos 300 milhões de toneladas de grãos, em uma área de 77 milhões de hectares.

Enquanto a produção de grãos entre 2001 e 2023 triplicou, a área cultivada apenas dobrou. Essa diferença se deve fundamentalmente à evolução da produtividade por unidade de área cultivada. Isso graças à ciência e à tecnologia. Para se ter uma ideia do aumento da produtividade, se em 2023 a produtividade fosse a mesma de 2001, seriam necessários 114 milhões de hectares para produzir 300 milhões de toneladas de grãos. Ao mesmo tempo em que se verificou acréscimo da produtividade, também houve significativo aumento das espécies vegetais cultivadas nas mais diversas regiões brasileiras.

Culturas antes tidas como de clima temperado, como a soja, hoje é cultivada em todas as regiões brasileiras. Estamos produzindo uvas na região do

semiárido, algo nunca antes pensado. E, assim, vários são os exemplos do que ocorreu com a produção agrícola no Brasil, especialmente, a partir dos anos de 1970. Com a expansão da agricultura, surgiram várias cidades, como exemplo São Gabriel do Oeste e Chapadão do Sul, em Mato Grosso do Sul; Sorriso, Primavera do Leste e Querência em Mato Grosso; Luiz Eduardo Magalhães, na Bahia. Várias outras cidades se transformaram em pólo de desenvolvimento graças à expansão da agricultura, como Dourados, MS, Londrina e Maringá no Paraná; Rondonópolis em Mato Grosso; Balsas no Maranhão; Rio Verde em Goiás; Uberlândia em Minas Gerais, dentre várias outras.

A industrialização de várias cidades do interior brasileiro tem como âncora a agricultura. O que continua a se verificar na agricultura brasileira, não seria possível se não fosse um bem estruturado sistema de pesquisa agropecuária, tanto pública como privada, gerando conhecimentos que ao serem transformados em tecnologias e incorporadas aos sistemas de produção contribuem para a melhoria da produtividade, da qualidade de vida, da preservação ambiental e da geração de riquezas. O agricultor brasileiro, com a sua capacidade empreendedora e sua visão de futuro, incorpora aos sistemas de produção as tecnologias disponibilizadas pela pesquisa, tornando-se assim, o grande sujeito de toda a evolução da agricultura. **AR**

Fernando Mendes Lamas

Pesquisador da Embrapa Agropecuária Oeste

MG12 *Panicum*

PAREDÃO



MATSUDA



**TOLERANTE
À CIGARRINHA**



ALTA PRODUÇÃO DE FORRAGEM



- ▶ Excelente valor nutricional
- ▶ Rápida rebrota

- ▶ Folhas largas e compridas

- ▶ Para pastejo direto e silagem



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

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



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



Congresso ANDAV 2023



Flávio Mata, Wilson Ferrarin e Carlão da Publique.



Carlão da Publique, Lécio Silva e Flavio Salvadego.



A produtora rural Sônia Bonato.



Com Ricardo Nicodemos, Presidente da ABMRA.



Carlão e equipe da Traive.



Carlão e mulheres do agro.



Com Evelin Barboza.



Carlão e executivos da prateleira de cima.



Carlão e executivos da prateleira de cima.



Ana Flávia e Nataly Oliveira, do Grupo Publique.



Carlão da Publique, Eduardo e Marcos Sarábia, Grazielle Parenti e Marcelo Okamura.



Com Maurício Varela, um dos fundadores da SIMA.



Carlão da Publique, Samuel Guerreiro e Fred Chaves.



Com Everton Molina, da Casa Bugre.



Com Leonardo Araujo, da Ourofino.



Carlão, Diego e a família Pessanha.



Carlão, Diego, Kelly Nakaura e Simone Rodrigues.



Carlão da Publique e Eduardo Monteiro, da Mosaic.



Carlão da Publique e Daniel Dias.



Carlão, Paulo Van Der Lan, amigo e Evaldo.



Carlão e a Prateira de cima da área comercial da AgriConnection.



Carlão da Publique e dois líderes da AgriConnection.



Carlão da Publique e Nadege Saad, do e-Agro.



Carlão no estande da Plataforma AgroRevenda.



Vivian Lima (Zest Eventos) e Riba Ulisses (Plataforma AgroRevenda).



Carlão e a jornalista Juliana Campoi.



Carlão da Publique e Paulo Van Der Lan.



Carlão da Publique e Thomas



Carlão da Publique, Rodrigo Barbeti e a prateira de cima do BLB.



Marcelo Abdo e Carlão da Publique.



André Pozza, Carlão da Publique, Alberto Araújo e Luciano Daher.



Evaldo, Carlão e Rogério.



Flavio Mata, Carlão da Publique e Daniel Dias.



Carlão da Publique e Roberto Motta, Presidente/CEO da Agro Amazônia.



Carlão da Publique e Osvaldo Abud, Presidente do Conselho da ANDAV.



Com Paulo Tibúrcio, Presidente Executivo da ANDAV.



Carlão da Publique e o time da Traive.

2º Festival ADIR



Com Stefan Mihailov,
Presidente da CRV.



Carlão da Publique e o Professor
Sérgio Pflanzner.



Carlão da Publique e Lígia Buso.



Carlão e Rafael Coutinho.



Carlão da Publique e
Jorge Arango Arias.



Carlão da Publique e Rudolf Reich.



Carlão, Evilásio, Emília
e Paulo Roberto.



Carlão, Mauricio Mattar, Lucas,
Serginho, Paulo e Paulinho.



Com Durval e Carlito.



Carlão e Osvaldo Badia.



Com Paulinho Leonel, do Grupo ADIR.



Coim Vera Leonel, do Grupo ADIR.



Carlão e Rivaldo Machado Borges.



Com Jayminho Miranda, pecuarista.



Dinho, Carlão, e Seu João Dória.



Com a empresária Sheila Bachiega e
seu marido Fábio José Bachiega.

Expoforest 2023



Carlão com Renato Venicio Suckow,
da Timbergo.



Com Augusto Tarozzo, da Mirex-S.



Com Mateus Oliveira Freitas e
Cristiane de Pieri, da Dinagro.



Com Mateus Percin, Gerente de
Negócios Florestais da Sylvamo.

Congresso ABAG 2023



Carlão e João Marchesan.



Roberto França, Carlos Augusto e Carlão da Publique.



Carlão e Jorge Viana.



Carlão e Francisco Turra.



Com Sergio Schuler, Vice-Presidente Ruminates da dsm-firmenich.



Com Marlene Marchiori, Carlão e Tejon.



Carlão e Silvia Massruhá.



Com a Senadora e ex-ministra da Agricultura, Tereza Cristina.



Carlão e Nilson Leitão.



Com o palestrante Davide Ceper, da Varda.



Carlão e Caio Carvalho, Presidente da ABAG.



Carlão e Grazielle Parenti.

Encontro de Intensificação de Pastagens da SCOT



Carlão e Edson Takagi, diretor da Belgo.



Carlão e Felipe Moura.



Carlão e Alcides "SCOT" Torres.



Carlão e Oswaldo Stival.



Carlão e Simplicio.



Carlão e Professor Moacyr Corsi.



Carlão e a Professora Janaína.



Carlão e o Zacarin, da Santa Virginia.

Expointer 2023



Carlão da Publique e Nadege Saad, do e-Agro.



Com Jorge Steiernagel e Sandra Giliolli, os dois gerentes do Bradesco.



Carlão com Roberto França, do Bradesco.



Com os primos Victor Bachega e Rinaldo Bachega, da Plataforma Agro do Bradesco.



Com Alex Chalegre, Superintendente Executivo da Bradesco Consórcios.



Com Ricardo Nicodemos, Presidente da ABMRA.



Com Gedeão Pereira, Presidente da FARSUL.



Com Alexandre Gluher, Vice-Presidente do Conselho de Administração do Bradesco.



Com o consultor Paulo Hermann.



Roberto França, Carlão, José Ramos Rocha Neto, Vice-Presidente Executivo & Alexandre Gluher, Vice-Presidente do Conselho do Bradesco.



Com Marcos Valério Tescarolo, Diretor Departamental do Bradesco.



Com Nei Mânica, Presidente da Cotrijal.



Marcelo Lopes, da John Deere, e Carlão da Publique.



Alexandre Gluher, Marcelo Lopes, Roberto França e José Ramos Rocha Neto.



Com Juliano Sabella Acedo, Diretor de Marketing da dsm-firmenich.



Com Fernando Müller e o Luis Vinícius Braz, da Cooperativa Cotribá.



Com Mauricio Lemos, da Sapiens Agro.



Com Fernando Bueno, o professor de Finanças, especialista em Produtos e em investimentos na Ágora.

Lançamento VAS Brasil



Riba Ulisses com Santiago Young, Vice-Presidente Alta Latam.



Riba Ulisses com Tiago Ferreira, da VAS Brasil.

Na FIESP



Carlão e Antonio Julio Junqueira de Queiroz.



Carlão e Roberto Azevedo.



Carlão e Manuel Mario.



Carlão e Jacyr Costa Filho.



Carlão e Ingo Plöger, Vice-Presidente da ABAG.



Carlão e Renan Filho.



Carlão e o Senador Fernando Faria.



Carlão e Roberto Betancourt.



Com Júlio Ramundo, o Diretor do Departamento de Infra-estrutura da FIESP.

Em São Paulo/SP



Com Ana Cláudia Cerasoli, da Corteva.



Carlos e Sergio Schuler, Vice-Presidente Ruminantes dsm-firmenich.

Na Ourofino



Riba, Vinícius e a turma da Ourofino.

Na Indofil



Carlão, Rogério, Tarcisio, Prof. Erlei, Luana e Daniel Dias.



Carlão e Luana.



Carlão e Tarcisio.



Carlão, Rogério e Daniel.



Carlão e Marcelo Araujo.

La Rural - Argentina



Com Nazario Irazabal, criador de Aberdeen Angus e Cavalos Crioulos no coração do Uruguai.



Com José Paulo Cairolí, o equilibrado Ex-Governador do Rio Grande do Sul.



Carlão da Publique apresentando a Revista AgroRevenda.



Sebastian Turic, Presidente Global da Biogenesis Bagó.



Com Manuel Otero, o Presidente do IICA, o Instituto InterAmericano de Cooperação para a Agricultura.



Com Fernando Camargo, o competente profissional brasileiro que representa a Argentina no IICA.



Com Manuel Otero e Fernando Camargo, do Instituto InterAmericano de Cooperação para a Agricultura.



Com Osvaldo Bardaro, o contador argentino que virou pecuarista.



Com Silvia e seu filho Nathã Carvalho, pecuaristas brasileiros.



Com Mohamad Riad Perrone Sammour, Produtor Rural no Estado de São Paulo.



Com Federico Vizzolini, criador de Angus.



Com Horácio Manuel Lopes, o jurado da raça Angus.



Com Pablo Martinez, produtor rural argentino.



Com as futuras gerações de pecuaristas argentinos.



Com German Mouremble, Membro do Conselho e Ex-Presidente da Associação Argentina de Shorthorn.



Com Javier Martinez Del Valle, Diretor Executivo da Associação Argentina de Angus.



Com Antoinette Huffmann, a simpática pecuarista Argentina.



Com Valeria Tarello, Relações Institucionais do Mercado Agro Ganadero.



Com Carlos Colombo, Diretor da empresa leiloeira Colombo & Magliano.



Com Juan Menakian, o super profissional do Mercado Agro Ganadero.



Fala Carlão na COP28 com a sua marca em Dubai



COP28
UAE

Audiência qualificada nas redes sociais: **+54mil** seguidores
Fale conosco e conheça as nossas cotas de patrocínio.

Vinícius Godoy: (11) 9.8863.1675 • Renato Leite Jr.: (11) 9.8272.9859



A PRATELEIRA DE CIMA DO AGRONEGÓCIO



IFPA - The Brazil Conference



Carlão e Antonio Julio Junqueira de Queiroz.



Com Júnior Lucato, Presidente da IFPA Brasil.



Com Giampaolo Buso, da Paripassu.



Com Miriam Wolk, da IFPA Brasil.



Com Valeska Oliveira, a competente Diretora Executiva da IFPA no Brasil.



Com Luciano Gasparini.



Francisco, Carlão, Viviane, Sergio e Mateus Witzler.



Com Lúgia Carvalho.



Com Wanderson Mizael e Jefferson Caprioli, da Agrivalle.



Com Guilherme Corlho, da Abrafrutas.



Com Davi Nunes & Marcio Jampani, da "My Sweet Salad".



Com Sérgio Neto.



Com Pedro Iguelka.



Paulo Dantas, da Agrodan.



Com Edson Trebeschi.



Com Ilonka Eijsink e Daniel Eijsink, da Kuará Frutas.



Com Nelson Takeru Miyamoto.



Com Paulo Dantas, Presidente da Agrodan.



Com Lúcio Mauro, Simone Silotti e Emílio Fávero, 'Produtores do Bem'.



Com Eduardo de Almeida, da BASF, e Lúcio Mauro de Souza, Diretor da Rei da Fruta.



Com Simone Silotti, Nicolas Seguchi, Beatriz Sabino Almeida e Jaqueline Mognon.



Com André Jurgens Rios e Luiciene Crispim, da Business France.



GRUPO
PUBLIQUE

PRESEÇA TOTAL NO AGRO

CONHEÇA TODOS OS NOSSOS PRODUTOS E SERVIÇOS

PUBLIQUEAGÊNCIA
PROPAGANDA & MARKETING
A AGÊNCIA DO AGRONEGÓCIO

publique.com

PRODUTOS / SERVIÇOS

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



FALA CARÃO
A PLATELEIRA DE TODA A AGRONEGÓCIO

@falacarlaio

PRODUTOS / SERVIÇOS

Programa Fala Carão
Domingão do Carão
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 da Distribuição Agro

agrovevenda.com.br

PRODUTOS / SERVIÇOS

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



Agro
Cooperativas
O melhor das Cooperativas Brasileiras

@agrocooperativas

PRODUTOS / SERVIÇOS

Canal AgroCooperativas
Comunidade Instagram
Comunidade Facebook
Encarte Rev. AgroRevenda



FALANDO
de
Bichos
TUDO DE PET. TUDO DE BOM.

@falandodebichos

PRODUTOS / SERVIÇOS

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



RECALCULANDO
SAÚDE E FELICIDADE

@carlaopublicque

PRODUTOS / SERVIÇOS

Canal Recalculando
Comunidade Instagram
Comunidade Facebook
Palestras



Turista
Profissional
.com.br

@carlaopublicque

PRODUTOS / SERVIÇOS

Site
Canal Turista Profissional
Comunidade Instagram
Comunidade Facebook
Palestras



WWW.
grupopublicque
.com.br

AgroGalaxy, foco no planejamento estratégico e na confiança com seus parceiros

Na edição AR102, trazemos novamente o case da AgroGalaxy, cuja revista irá circular no grande evento da Companhia; o Super Agro 2024, que acontece de 16 a 19 de Janeiro, em Londrina. Empresa reafirma seu compromisso com o agricultor brasileiro e mostra a confiança dos seus parceiros e do mercado.



TRANSFORMAÇÃO ECONÔMICA

O cooperativismo tem o poder de transformar a realidade dos seus associados e comunidades. Esse foi o roteiro que a Lar Cooperativa iniciou quando, há 24 anos, decidiu implantar a avicultura em sua base, no Oeste no Paraná.

ATO COOPERATIVO

A inclusão do Ato Cooperativo no texto final da Reforma da Previdência, aprovada pela Câmara dos Deputados, foi uma vitória histórica. Mas o trabalho de articulação dos líderes cooperativistas se mantém, agora no Senado, onde podem ocorrer alterações.

Participe da próxima edição da Revista AgroRevenda. Confira o Mídia Kit da Plataforma Agrovevenda pelo QR-Code ao lado.



Entrevista

Carlos Cogo: "Gestão ainda engatinha no Agro".



Produção

Nutrição, sementes e inoculantes embalam produção.



Aviação Agrícola

76 anos de bons serviços no Campo.



Transporte

Biocombustíveis é solução no transporte mundial.



O desafio é 350 milhões de toneladas

Soja e milho vão puxar de novo uma safra histórica em 2024.



Modelo em ascensão

O futuro do mercado pet brasileiro deverá ter as franquias como um de seus pilares, conforme foi possível ver com clareza na última edição da Pet South America. PetLand é destaque no segmento.

Despedida

Dizer adeus ao pet é uma dor que nenhum tutor quer ter, mas infelizmente essa despedida vai acabar ocorrendo um. E nessas horas é sempre bom contar com empresas especializadas.

Evolua a gestão de crédito da sua revenda com governança, agilidade e liquidez

Nossa plataforma oferece **gestão de crédito automatizada**, a **melhor análise de risco** do agro baseada em nossa **AI exclusiva** e desconto de recebíveis com **taxas mais competitivas**.



Só com a Traive você tem:



Simplicidade

Captação de recursos simples, automática e sem burocracia.



Escalabilidade

Linha de financiamento adicional com rápido desembolso.



Tecnologia

Plataforma 100% digital, com aprovação e simulação de limites.



Segurança

Dados transacionados de acordo com a LGPD.



Financiadores

Diversas opções de financiadores.



Saiba mais sobre nossas soluções e agende uma conversa com nossos especialistas:

traivefinance.com

 traive