

**EDIÇÃO 17** ABR – MAI/2023

ISSN 2675-9403



**TJPR**

# GRALHA AZUL

**PERIÓDICO CIENTÍFICO DA EJUD/PR**



**EJUD-PR**

ESCOLA JUDICIAL DO PARANÁ

## INSIGHTS DE NEGÓCIOS E COMPETIVIDADE DO AGRONEGÓCIO NO MERCADO INTERNACIONAL



**Heloísa Bagatin Cardoso<sup>1</sup>**

O agronegócio brasileiro tem se destacado cada vez mais no cenário internacional como um grande exportador de alimentos e um dos principais países responsáveis por garantir a segurança alimentar no mundo. Entretanto, a despeito da sua notória pujança, o mercado é competitivo e os players do agronegócio brasileiros precisam estar atentos as novas demandas e tendências dos mercados consumidores no exterior para manter a liderança nas tratativas.

---

<sup>1</sup> Servidora Pública. Palestrante, Escritora e Coordenadora de livros em direito agrário e agronegócio. Pós-Graduada em Direito do Agronegócio (IDCC). Especialista em Direito Aplicado (EMAP). Especialista em Direito Contemporâneo pelo Centro de Estudos Jurídicos Luiz Carlos. Bacharel em Direito (Unicuritiba). Tecnóloga em Comunicação Institucional e Empresarial (UTFPR). Coordenadora Nacional da União Brasileira dos Agraristas Universitários (UBAU), 2020-2022. Secretária Nacional da Comissão Nacional das Mulheres Agraristas da UBAU (CNMAU), 2019-2022. Membro da Comissão de Crédito e Financiamento Rural da UBAU, 2021-2022. Associada e Correspondente do Paraná da Academia Brasileira do Direito do Vinho (ABDVIN), 2019-2021. Membro da Associação Nacional dos Juristas Evangélicos (ANAJURE), 2015-2020. Conciliadora e Multiplicadora do Projeto Pacificar é Divino do TJPR.

Desta forma, serão apresentados alguns insights e estratégias de negócios para que o produtor rural, agroindústrias e tradings nacionais possam se destacar nas exportações, lucrando mais com valor agregado ao produto e tecnologia no campo, captando maior volume de recursos para investimento e fomento através do mercado de capitais, potencializando resultados através de uma boa gestão empresarial e aumentando as vendas com a participação em feiras e rodadas de negócios internacionais ou a utilização de ferramentas e plataformas *onlines*.

**Palavras-Chave:** Agronegócio; competitividade; mercado internacional

## BUSINESS INSIGHTS AND AGRIBUSINESS COMPETITIVENESS IN THE INTERNATIONAL MARKET



**Ruy Alves Henriques Filho<sup>2</sup>**

Brazilian agribusiness has increasingly stood out on the international scene as a major food exporter and one of the main countries responsible for ensuring food security in the world. However, despite its notorious strength, the market is competitive and Brazilian agribusiness players need to be aware of the new demands and trends of consumer markets abroad to maintain leadership in negotiations.

---

<sup>2</sup> Professor e Magistrado. Possui graduação em Direito pela Universidade Estadual de Londrina (1995). Tem experiência na área de Direito, com ênfase em Direitos Fundamentais e Processo Civil. Doutor pela Universidade de Lisboa (título reconhecido pela UFPR em 2020). Mestre pela Universidade Federal do Paraná (2008). Membro do Instituto Paranaense de Direito processual. Membro do Instituto Brasileiro de Direito Processual. Diretor da Escola Judicial da América Latina. Membro do Fundo Penitenciário do Paraná. Professor do Centro Universitário Curitiba - UNICURITIBA, da Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUC/PR e da Escola da Magistratura do Paraná. Desembargador do Tribunal de Justiça do Estado do Paraná.



**Crisley Scapini<sup>3</sup>**

In this way, some insights and business strategies will be presented so that the rural producer, agroindustries and national trading companies can stand out in exports, profiting more with added value to the product and technology in the field, capturing a greater volume of resources for investment and promotion through the capital market, boosting results through good business management and increasing sales by participating in fairs and international business roundtables or using online tools and platforms.

---

<sup>3</sup> Advogada, graduada pela Faculdade de Direito de Passo Fundo (UPF). Especialista em Contratos e Responsabilidade Civil pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Especialista em Direito Agrário e Agronegócio pela Fundação do Ministério Público (FMP). Membro da União Brasileira dos Agraristas Universitários (UBAU). Membro e Presidente da Região Sul da Comissão Nacional das Mulheres Agraristas da UBAU (CNMAU). Membro representante da OAB/RS, Subseção de Ibirubá/RS, no Conselho Municipal de Defesa do Meio Ambiente (CONDEMA). Escritora e Coordenadora do livro de direito agrário e agronegócio, "Direito Agrário na Prática: Casos Jurídicos Reais Sob a Percepção das Mulheres Agraristas".



## INTRODUÇÃO

O agronegócio brasileiro tem se destacado cada vez mais no cenário internacional como um grande exportador de alimentos e um dos principais países responsáveis por garantir a segurança alimentar no mundo. Entretanto, a despeito da sua notória pujança, o mercado é competitivo e os players do agronegócio brasileiros precisam estar atentos as novas demandas e tendências dos mercados consumidores no exterior para manter a liderança nas tratativas.

Desta forma, serão apresentados alguns insights e estratégias de negócios para que o produtor rural, agroindústrias e tradings nacionais possam se destacar nas exportações, lucrando mais com valor agregado ao produto e tecnologia no campo, captando maior volume de recursos para investimento e fomento através do mercado de capitais, potencializando resultados através de uma boa gestão empresarial e aumentando as vendas com a participação em feiras e rodadas de negócios internacionais ou a utilização de ferramentas e plataformas online.

## 1 LUCRE MAIS

Quando falamos em lucro com certeza podemos citar o agronegócio brasileiro, prova disso é que mesmo após todas as dificuldades econômicas geradas pela pandemia do COVID-19, o setor do agro não apenas confirmou seu poder de expansão econômica, como também gerou alta lucratividade, pois foi um dos únicos setores que se manteve em ascensão.

De acordo com a pesquisa realizada pelo Cepea (Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada), da Esalq/USP, em parceria com a CNA (Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil), o PIB (Produto Interno Bruto) do agronegócio brasileiro cresceu 8,36% no ano de 2021, tendo o setor alcançado participação efetiva de 27,4% no PIB brasileiro.<sup>1</sup> Logo, se falarmos que a balança comercial do agronegócio fechou o ano de 2021 com um saldo positivo de US\$ 105,1 bilhões, restará evidente que as exportações brasileiras foram sinônimo de superação para o país.<sup>2</sup>

E é sobre esses recordes internos e do mercado internacional que muitas pessoas questionam: como fazer parte e poder gerar riquezas/lucrar com essa

megatendência que é o agronegócio brasileiro? A resposta é que para compreendermos o agronegócio do Brasil atual e do futuro devemos observar também o do passado que, sobretudo, é muito recente, pois em breves 40 anos o país saiu da condição de importador de alimentos para se tornar um grande provedor mundial.<sup>3</sup>

Nesse rumo, com relação ao sucesso do agronegócio brasileiro na exportação de alimentos, bem asseverou Octaciano Neto quando mencionou que o tripé responsável por essa evolução combinou biologia, química e mecanização, indo muito além do trivial ao promover uma tropicalização de produtos, especialmente sobre a componente biológica e de mecanização. Portanto, a tecnologia utilizada pelo Brasil ao longo desses anos conseguiu ampliar a segurança alimentar dos brasileiros, assim como de muita gente no mundo.<sup>4</sup>

Até aqui resta evidente que a recente trajetória de sucesso no agronegócio é fruto da combinação de fatores de aperfeiçoamento somados a abundância de recursos naturais de que o país dispõe, além das políticas públicas e da inigualável competência dos homens do campo. Contudo, esse processo é ou será suficiente para garantir o protagonismo do Brasil produtivo no mundo?

As tendências apontam para uma expectativa de mudanças importantes e significativas para os próximos anos na medida em que a classe média urbanizada e de maior renda passará a demandar produtos agrícolas de maior valor agregado, logo a manutenção do atual processo não será suficiente para atender a demanda de um mundo crescente.<sup>5</sup>

Nesse rumo, embora se supere a questão do crescimento populacional e da avultação da renda dos indivíduos, fatores responsáveis pelo aumento da demanda por alimentos, fibras e biocombustíveis, deve-se considerar que a constância do protagonismo brasileiro sobre a alta produtividade de suas culturas representa um grande desafio pois, há pouco terreno horizontal para expansão da agricultura no mundo, além da falta de mão-de-obra rural, majoração do valor da terra ou exigências legais de preservação das áreas e recursos naturais, que se mostram fatores determinantes para o surgimento de novas alavancas que, somadas as anteriores, poderão ser responsáveis

<sup>1</sup> CEPEA. PIB-AGRO/CEPEA: PIB DO AGRO CRESCE 8,36% EM 2021; PARTICIPAÇÃO NO PIB BRASILEIRO CHEGA A 27,4%. Disponível em: [https://www.cepea.esalq.usp.br/br/releases/pib-agro-cepea-pib-do-agro-cresce-8-36-em-2021-participacao-no-pib-brasileiro-chega-a-27-4.aspx#:~:text=Diante%20do%20bom%20desempenho%20de,52%20C63%25%20C%20respectivamente](https://www.cepea.esalq.usp.br/br/releases/pib-agro-cepea-pib-do-agro-cresce-8-36-em-2021-participacao-no-pib-brasileiro-chega-a-27-4.aspx#:~:text=Diante%20do%20bom%20desempenho%20de,52%20C63%25%20C%20respectivamente.). Acesso em 2 abr 2022.

<sup>2</sup> IPEA. Balança comercial do agronegócio brasileiro apresenta superávit de US\$ 105,1 bilhões em 2021. Disponível em: Balança comercial do agronegócio brasileiro apresenta superávit de US\$ 105,1 bilhões em 2021 (ipea.gov.br). Acesso em 2 abr 2022.

<sup>3</sup> EMBRAPA. Trajetória da agricultura brasileira. Disponível em <https://www.embrapa.br/visao/trajetoria-da-agricultura-brasileira>. Acesso em 10 abr 2022.

<sup>4</sup> NETO, Octaciano. II Mesa Redonda – As perspectivas do Agronegócio Brasileiro no mercado internacional. UBAU. Canal de TV Agrarista da UBAU do YouTube. 11 fev. 2022.

<sup>5</sup> WACHHOLZ, Larissa. II Mesa Redonda – As perspectivas do Agronegócio Brasileiro no mercado internacional. UBAU. Canal de TV Agrarista da UBAU do YouTube. 11 fev. 2022.

pela consolidação das expectativas lançadas sobre o setor.

Nesse sentido, Octaciano Neto argumentou que, por não mais ser suficiente a existência do mencionado tripé (biologia, química e mecanização) para a manutenção do protagonismo brasileiro na produção mundial, as novas alavancas deverão ser combinadas às anteriores, tendo destacado para tanto a sustentabilidade, a transformação digital e o mercado de capitais.<sup>6</sup>

A alavanca da sustentabilidade está diretamente relacionada com o engajamento do Brasil às agendas internacionais referentes ao ESG (Environmental, Social and Governance), ou seja, a sustentabilidade reúne o compromisso do país com as questões ambientais, sociais e econômicas, sendo possível perceber que tais compromissos possuem estreita relação com a formação da imagem do Brasil no exterior.

Com os olhos voltados para essa oportunidade, a APEX-Brasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos), lançou em setembro do ano passado o Programa de Acesso a Mercados do Agronegócio Brasileiro 2021-2023 que visa "impulsionar as exportações a partir da melhoria da percepção de mercados internacionais estratégicos sobre os produtos do agronegócio brasileiro, por meio de um esforço concentrado de produção e disseminação de informações que destaquem a sustentabilidade, segurança e a tecnologia dos produtos."<sup>7</sup>

O fato é que o Brasil é um dos poucos países a conseguir atender, efetivamente, as agendas de sustentabilidade desenvolvidas pela ONU (Organização das Nações Unidas), respondendo a nível global quanto ao aumento da produtividade, segurança alimentar, desenvolvimento tecnológico e sustentabilidade ambiental, dada a posição de potência agroambiental do país em um cenário pós pandemia, com expressivo desenvolvimento humano e geração de riquezas.

Nesse cenário, inúmeras novas oportunidades surgem para a inovação na agricultura, uma vez que para o Brasil acelerar ou até mesmo manter sua capacidade produtiva deverá observar os critérios relacionados a sustentabilidade ao mesmo tempo em que expande sua produção para atender as

necessidades globais, considerando a segurança alimentar e a transformação digital no campo.

Logo, além de a agricultura digital ser capaz de propiciar tamanha (r)evolução, também é a resposta iminente a consolidação do desenvolvimento do agronegócio através da "inserção de tecnologias digitais em todas as fases da cadeia de valor tendo em vista a promoção de vantagens competitivas e benefícios socioambientais"<sup>8</sup>.

Por conseguinte, para tratarmos da alavanca relacionada a transformação digital devemos ter em mente a existência de um setor rural complexo dadas as dimensões territoriais que o Brasil apresenta, o que significa que o acesso à internet na área rural representa um dos maiores desafios atuais, mormente se considerarmos os dados publicados pelo IBGE, conforme último senso agropecuário, de 2017, quando mais de 70% das propriedades rurais sequer possuíam conexão.<sup>9</sup>

Nesse íterim, devemos considerar que com a necessidade de aprimoramento e expansão do setor existirão pelo menos três diferentes focos de investimentos para três diferentes públicos relacionados à conectividade, isto é, os pequenos, médios e grandes produtores rurais, tudo conforme estudo viabilizado pela ESALQ-USP para o MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento), que assim considerou:

Grandes produtores: esse público tem a possibilidade de acesso à conectividade por iniciativa própria. O foco deve ser dado no aumento da produtividade via previsibilidade da produção (previsão de quebra de safra, acesso a seguro agrícola), automação dentro da porteira (agricultura de precisão, controle fitossanitário) e fora da porteira (rastreamento do produto até centros consumidores).

Agricultores familiares: para grande parte desse público há necessidade de conectividade fomentada via políticas públicas. O foco deve estar

<sup>6</sup> NETO, Octaciano. II Mesa Redonda – As perspectivas do Agronegócio Brasileiro no mercado internacional. UBAU. Canal de TV Agrarista da UBAU do YouTube. 11 fev. 2022.

<sup>7</sup> AGRO EM DIA. Programa vai promover imagem do agronegócio brasileiro no exterior. Disponível em <https://agroemdia.com.br/2021/09/15/programa-vai-promover-imagem-do-agronegocio-brasileiro-no-exterior/>. Acesso em 18 abr 2022.

<sup>8</sup> MASSRUHÁ, Silvia Maria Fonseca S.; LEITE, Maria Angelica de Andrade; LUCHIARI JUNIOR, Ariovaldo; EVANGELISTA, Silvio Riberto Medeiros. Agricultura digital: pesquisa, desenvolvimento e inovação nas cadeias produtivas. Brasília, DF: Embrapa, 2020. cap. 1, p. 20-45. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-/publicacao/1126214/a-transformacao-digital-no-campo-rumo-a-agricultura-sustentavel-e-inteligente>. Acesso em 18 abr 2022.

<sup>9</sup> GLOBO. Apesar de expansão, mais de 70% das propriedades rurais no Brasil não têm acesso à internet. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/agronegocios/noticia/2020/01/05/apesar-de-expansao-mais-de-70percent-das-propriedades-rurais-no-brasil-nao-tem-acesso-a-internet.ghtml>. Acesso em 18 abr 2022.

na inclusão digital via acesso à informação (incluindo educação e ATER virtual), controle da produção dentro da porteira (aplicativos para controle fitossanitário e monitoramento da produção), comunicação e organização econômica de produtores para a comercialização (acesso a mercados; redefinição de relações entre produtores, consumidores e pequenos varejistas; aumento do circuito de cadeias curtas; venda de produtos pela internet, formação de grupos de interesse, etc.).

Médios produtores: esse público acompanha as tendências do entorno, sendo mais semelhantes ao perfil dos familiares ou dos grandes dependendo da região em que está inserido. As estratégias para o médio e o grau de necessidade de fomento via políticas públicas variam em função dessas características geográficas, das cadeias produtivas e de sua eficiência. Médios pouco eficientes (em geral vinculados à pecuária extensiva) são mais dependentes de ações de fomento governamental para conectividade no meio rural do que os mais eficientes inseridos em cadeias produtivas de alto valor agregado.<sup>10</sup>

Mister ressaltar que mesmo com a realidade acima exposta e o desafio atual da conectividade no meio rural, o Brasil se consolidou como potência agroambiental e poderá ir muito além a partir de uma hiper conexão, fundamentada em inovação e conhecimento.<sup>11</sup>

De acordo com o mesmo estudo encomendado pelo MAPA (Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento), promovido pela ESALQ-USP, temos que "a infraestrutura de cobertura rural ainda tem grande campo para investimentos públicos, privados ou em parceria"<sup>12</sup>, isto é, a gama de investimentos possíveis sobre o setor do agronegócio oferece uma grande oportunidade e ultrapassa a própria concepção de dentro ou fora da porteira, impactando diretamente na disseminação de informação, auxílio técnico, compartilhamento de dados, precisão na tomada de decisões, aumento da produtividade e geração de riquezas.

<sup>10</sup> GOVERNO DO BRASIL. Cenários e perspectivas da conectividade para o agro. Disponível em: \*livro-conectividade-agro v2.indd (www.gov.br). Acesso em: 18 abr 2022.

<sup>11</sup> GOVERNO DO BRASIL. Cenários e perspectivas da conectividade para o agro. Disponível em: \*livro-conectividade-agro v2.indd www.gov.br. Acesso em: 18 abr 2022.

Com novas tecnologias habilitadas para coletar informações e processar dados para um desempenho produtivo avançado, com aumento de produtividade e diminuição de custos de produção, a tendência é que a transformação digital se intensifique nos próximos anos, aproximando a agricultura do futuro ao presente, garantindo, inclusive, a possibilidade de diversificação não apenas de produtos, mas de consumidores e plataformas de negócios pois, seja qual for o cultivo, o propósito fundamental é o aumento da produção nas áreas já cultiváveis.

E, como em todos os setores, no agro não é diferente, para haver transformação deve haver investimento, mormente quando o objetivo é ampliar a produtividade e a competitividade mundial, razão pela qual o mercado de capitais entra como uma nova alavanca a ser combinada com as anteriormente relacionadas e recebe atenção especial dos investidores mais atentos ao mercado que estão em busca de oportunidades para ingressar no agronegócio brasileiro e despontar no comércio mundial, produzindo riqueza e gerando lucros.

Nesse sentido, Larissa Wachholz e Bruno Leite são objetivos ao considerar que existem desafios pretéritos que devem ser continuados, como a necessidade de diversificação, não apenas de produtos, mas também de parceiros, integrando os pequenos agricultores aos novos cultivos o que, conseqüentemente, reforçará a continuidade pelo objetivo de agregar valor aos produtos brasileiros, como ocorre na fase pós-produção (depois da porteira), em que a certificação e a rastreabilidade propiciam aos consumidores mais atentos o acompanhamento do produto ou produção desde a fazenda até os centros de distribuição, os quais deverão ser acessados não apenas do modo tradicional, mas a partir de um novo viés de interesse internacional, por meio de plataformas de e-commerce.

Nota-se que o setor do agronegócio traz em seu bojo a aplicação e os resultados de sustentabilidade exigidos pelas organizações mundiais e, de certa forma, pela própria sociedade, que se torna mais exigente e conhecedora das informações, porém, mesmo diante das expressivas cifras e porcentagens de lucratividade e participação no PIB nacional, o agronegócio permanece "sub-representado no mercado de capitais e sua participação na B3 não chega a 5% do valor de mercado na bolsa"<sup>13</sup>, situação que, talvez, esteja na iminência de tomar novos rumos, dada a especulação em torno das formas de investimento e lucratividade

<sup>12</sup> GOVERNO DO BRASIL. Cenários e perspectivas da conectividade para o agro. Disponível em: \*livro-conectividade-agro v2.indd (www.gov.br). Acesso em: 18 abr 2022

<sup>13</sup> FORBES. Mercado de Capitais e o Agro. Disponível em https://forbes.com.br/colunas/2021/04/helen-jacinto-mercado-de-capitais-e-o-agro. Acesso em: 18 abr 2022.

apresentadas pelas novas políticas públicas em torno do setor.

Por fim, é notório que as cifras e resultados que giram em torno do agronegócio impressionam e chamam a atenção dos mais atentos investidores e, considerando toda a expectativa e planejamento para crescimento deste setor, a necessidade de crédito para subsidiar essa expansão também precisou aumentar, estando dentre as supracitadas alavancas o denominado mercado de capitais, uma das mais novas e maiores molas propulsoras de lucratividade dentro deste setor. Portanto, não remanescem dúvidas de que o agro é (e será ainda mais) um bom negócio.

## 2 CAPTE MAIS RECURSOS FINANCEIROS

O Brasil de importador de alimentos até a década de 1970 passou para exportador, alimentando hoje quase 1 bilhão de pessoas no mundo<sup>14</sup>. A projeção de crescimento populacional e de melhoria na qualidade de vida global prevê maior demanda de consumo de produtos alimentícios e necessidade de ampliar a escala de produção. O ex-Ministro da Agricultura Roberto Rodrigues acentua que segundo a agenda 2030 da ONU e pesquisas da FAO, o Brasil precisa aumentar a produção em 40% nos próximos anos para atender ao mercado consumidor<sup>15</sup>. E como elevar a produtividade neste nível num intervalo de tempo tão curto?

É necessário implementar mais tecnologia no campo. Assim, será possível ampliar a produtividade das áreas já existentes, como por exemplo a revolução que o plantio direto causou na produção brasileira, ou os novos sistemas de irrigação que permitiram a expansão agrícola no cerrado, a integração lavoura-pecuária-floresta, entre tantas outras inovações decorrentes do avanço de pesquisas científicas e tecnológicas<sup>16</sup>.

Contudo, para implemento de tecnologia e equipamentos mais modernos, o produtor rural e os demais agentes das cadeias produtivas precisam de recursos financeiros.

Atualmente, existem três principais fontes de recursos no agronegócio, cerca de 1/3 é oriundo do crédito rural oficial, via Plano Safra, 1/3 advém dos

recursos próprios do produtor rural e 1/3 são captados por operações de barter, através de triangularizações de contratos e trocas entre os próprios players do agronegócio<sup>17</sup>. Entretanto, dificilmente seria possível o aumento significativo de valores de tais fontes de recursos, a exemplo do crédito oficial que cada vez mais tem diminuído seu percentual de participação e os valores disponibilizados no Plano Safra insuficientes para atender todo o período, ocasionando insegurança ao setor. Desta forma, a tendência é a restrição do crédito rural oficial aos pequenos produtores, principalmente de agricultura familiar, ou para projetos específicos de fomento.

Portanto, a alternativa mais atraente para crescimento de investimentos financeiros no agronegócio é a captação de recursos via mercado de capitais. E o Fiagro - Fundos de Investimentos das Cadeias Produtivas Agroindustriais - instituído pela Lei 14.130/2021, pretende ser a principal ferramenta financeira no setor privado para conectar a cadeia do agronegócio que precisa de investimento aos investidores que buscam negócios seguros e com bom retorno de capital. Segundo Irini Tsouroutsoglou<sup>18</sup> o Fiagro "Se estrutura como um fundo de investimentos com as vantagens de um fundo imobiliário, somando a recebíveis e aos que se caracterizam por investimento direto chamado private equity". Na síntese de Heloísa Bagatin Cardoso<sup>19</sup>: "O Fiagro é a ponte que liga o produtor rural aos investidores".

É um mercado em expansão, considerando que no Brasil apenas 3% da população investe em ações e somente 10% no mercado de capitais, enquanto nos Estados Unidos cerca de 55% investe em ações e 65% no mercado de capitais, de acordo com o relatório de análise de investidores na B320. Além do mais, os investimentos estão se popularizando através de empresas especializadas neste tipo de serviço, bem como diversas fintechs que prestam serviços personalizados, com produtos no mercado financeiro acessíveis para pequenos investidores e iniciantes, popularizando o acesso a Bolsa de Valores brasileira - B3. Precisa-se apenas ter uma evolução da cultura do brasileiro em investir no mercado de capitais, para que ele tenha mais conhecimento e se sinta mais seguro ao fazer as novas operações. Além do mais, o Fiagro também admite investidores estrangeiros, permitindo a

<sup>14</sup> CONTINI, Elisio. ARAGÃO, Adalberto. O Agro brasileiro alimenta 800 milhões de pessoas. Embrapa. 04 mar 2021. Disponível em file:///C:/Users/Crisley/Downloads/Popula%C3%A7%C3%A3o%20alimentada%20pelo%20Brasil.pdf. Acesso em: 26 mar 2022.

<sup>15</sup> RODRIGUES, Roberto. Apresentação. In Agro é paz: análises e propostas para o Brasil alimentar o mundo. Org. Roberto Rodrigues. Piracicaba: Esalq, 2018. p. 10.

<sup>16</sup> GUANZIROLLI, Carlos Enrique. SABBATO, Alberio di. BUAINAIN, Antônio Marcio. Evolução da Agricultura Familiar no Brasil (1196-2017). In Uma Jornada pelos Contrastes do Brasil - Cem anos do Censo Agropecuário. Org. José Eustáquio Ribeiro Vieira Filho & José Garcia Gasques. Brasília: IPEA, IBGE, 2020. p. 196.

<sup>17</sup> NETO, Octaciano. FIAGRO - Financiamento de Cadeias Agroindustriais. Congresso Brasileiro de Direito e Agronegócio. TJPR, EJD. 03 dez 2021.

<sup>18</sup> TSOUROUTSOGLOU, Irini. Fiagro. In Coletânea de Artigos & Matérias: A voz feminina no Agronegócio. Coord. Heloísa Bagatin Cardoso. UBAU, 2022.

<sup>19</sup> CARDOSO, Heloísa Bagatin. Mercado de Capitais e Fiagro. 2º Simpósio Gaúcho de Direito Agrário e Agronegócio. UBAU-FARSUL. 10 dez 2021.

<sup>20</sup> B3. Uma análise da evolução dos investidores na B3. Ago 2021. Disponível em: Book\_PF-Agosto2021.pdf. Acesso em 26 mar 2022.



alocação de mais recursos para o agronegócio nacional.

A Lei do Fiagro foi de autoria do Deputado Arnaldo Jardim e partiu da análise dos fundos imobiliários que já funcionavam de maneira satisfatória no mercado, propondo alterações na Lei 8.668/1993 e na Lei 11.033/2004 para poder atender o setor do agronegócio com agilidade de mercado.

Nesta fase inicial, os Fiagros serão regulamentados pela CVM – Comissão de Valores Mobiliários – com as mesmas normas aplicáveis aos fundos imobiliários e com a evolução dos fundos do agronegócio será promovido regulamento específico conforme a demanda de mercado, com base no art. 4º da Lei 8.668/1993.

Os Fiagros admitem como investidor tanto a pessoa física quanto à pessoa jurídica – a exemplo das instituições de fundos de renda fixa e dentro da sua carteira de negócios optam por aplicar em fundos agropecuários -, além do mais admite investidores nacionais e estrangeiros. Podem ser beneficiários dos Fiagros toda a cadeia produtiva agroindustrial de forma ampla, dentro e fora da carteira.

De início foram vislumbradas três categorias possíveis aos Fiagros, com fulcro no art. 3º da Lei 14.130/2021: imobiliário (Fiagro-FII), direito creditório (Fiagro-FIDC) e de fundo de participação (Fiagro-FIP).

No Fiagro Imobiliário o foco é o investimento em aquisição ou arrendamento de terras agrícolas, construção de armazéns, agroindústrias, e demais necessidades no âmbito da infraestrutura imobiliária do agronegócio. Esta forma de fundo de investimento pode ser uma alternativa para o planejamento sucessório, considerando a possibilidade do imóvel rural ser integralizado no fundo e administrado por este, enquanto são distribuídas as cotas do bem aos sucessores.

Os Fiagros-FIDC investem nos direitos creditórios decorrentes de títulos de crédito do agronegócio, especialmente os Certificados de Recebíveis do Agronegócio (CRA) e a Letra de Crédito do Agronegócio (LCA), os quais recebem lastro e certificação securitária e passam a integrar o fundo para serem negociados na bolsa de valores.

E, por fim, também há os fundos de cotas de participação para investir na compra de cotas de empresas agroindustriais.

Para estruturar os Fiagros existem algumas etapas e players necessários, seguindo um procedimento semelhante a securitização de recebíveis elencada por Adriano Boni de Souza<sup>21</sup>. Numa ponta é preciso o agente agrupador dos beneficiários do fundo, que integram a cadeia produtiva agroindustrial, podendo este papel ser exercido por cooperativas,

agritechs especializadas etc. Na sequência, o agente estruturador do fundo e securitizador para criar e desenvolver o produto financeiro que será objeto de investimento, observando os requisitos legais e regulatórios do mercado. Após a estruturação do fundo e a criação do produto a ser colocado no mercado se faz necessária a inscrição na Bolsa de Valores Brasileira (B3) e na Comissão de Valores Mobiliários (CVM), que são independentes, porém possuem papel complementar. Na bolsa tem um gestor de análise de crédito e acompanhamento de fundo, que será responsável também pela distribuição de rendimentos. Além do mais, o fundo passa por uma agência classificadora de risco do produto para avaliar a modalidade do investimento. E em todas as etapas para formação dos Fiagros precisam de análise jurídica, para averiguar se os títulos emitidos têm lastro, a regularidade das propriedades, due diligence no tocante a eventuais passivos trabalhistas, ambientais, averiguação se a avaliação do grau de risco está adequada etc. Ademais, o agronegócio possui riscos diferenciados dos outros setores da economia em virtude das questões atinentes aos ciclos agrobiológicos e que precisam ser levadas em consideração, de modo que a busca por uma assessoria especializada é primordial para bons resultados.

Para Larissa Wachholz<sup>22</sup>, "Apesar do setor dialogar pouco ainda com o mercado de capitais, o Fiagro encoraja os agricultores a se adequarem a normas de transparência e de governança porque traz a possibilidade de ter cotas de capital e não meras garantias", e ainda destaca que os fundos podem promover e incentivar projetos coletivos com critérios sociais e ambientais bem estabelecidos, como a agricultura familiar, as comunidades ribeirinhas, na Amazônia, etc.

Para o investidor o Fiagro apresenta algumas vantagens do ponto de vista tributário, como isenção de imposto de renda para fundos com mais de 50 cotistas pessoas físicas, e que cada cotista não tenha mais de 10% do fundo ou que permita o recebimento de mais de 10% do total de rendimentos auferidos pelo fundo, a teor do art. 4º, da Lei 14.130/2021. Para as demais hipóteses, o imposto de renda nos ganhos de capital é de 20% sobre o rendimento, no resgate de cotas de 20% sobre a fonte, e nos demais casos de alienação a alíquota de 20% observa as "normas aplicáveis aos ganhos de capital ou aos ganhos líquidos auferidos em operações de renda variável", conforme art. 3º da Lei do Fiagro. Outro benefício para os investidores do Fiagro Imobiliário é a possibilidade de pagamento diferido do imposto de renda no caso de alienação do imóvel ou

<sup>21</sup> SOUZA, Adriano Boni. Securitização de Recebíveis da Agroenergia: um estudo de caso baseado em títulos do agronegócio. Dissertação mestrado – Escola de Economia São Paulo – FGV, 2010. p. 56-60.

<sup>22</sup> WACHHOLZ, Larissa. II Mesa Redonda – As perspectivas do Agronegócio Brasileiro no mercado internacional. UBAU. Canal de TV Agrarista da UBAU do YouTube. 11 fev. 2022.

liquidação do fundo, não sendo necessário pagar o IR quando da integralização do bem.

Quem vai captar mais recursos financeiros no mercado de capitais? Os produtores rurais e empresas das cadeias agroindustriais que tem uma boa gestão empresarial e financeira, promovem práticas de ESG, tem políticas de compliance, pois vão oferecer mais segurança e liquidez aos investidores dos Fiagros e, conseqüentemente, um volume maior de investimentos.

### 3 POTENCIALIZE RESULTADOS

Constantemente ouvimos que "o agronegócio é uma empresa a céu aberto" e, total veracidade paira sob tal assertiva. A atividade desenvolvida no campo está amplamente relacionada aos fatores de risco, seja de mercado ou naturais, logo, assim também são com os resultados neste setor, diretamente atrelados ao gerenciamento desses riscos quando da produção e tomada de decisões, dentro ou fora da porteira, uma vez que alcançam não apenas os produtores, mas também distribuidores e financiadores.

Nesse cenário, para que o alto desempenho seja atingido, seja qual for o setor que integra esse mercado (primário, secundário, terciário etc), é fundamental que os gestores o compreendam como a empresa que de fato se diz ser, logo há indispensabilidade de novos investimentos, otimização de tempo, espaço e de processos.

Notadamente que a aplicação das referidas alavancas (biologia, química, mecanização, sustentabilidade, transformação digital e mercados de capitais) ajudarão ainda mais a habilitarmos a superação dos novos desafios impostos por um mercado exigente, quais sejam: segurança alimentar e a imagem do Brasil para o mundo<sup>23</sup>, porém, concomitante a expansão do setor estão os riscos, senão vejamos:

A agricultura contemporânea se caracteriza pelo uso intensivo do capital. Pode ser gigantesco o prejuízo financeiro com uma seca inesperada, uma geada forte, uma quebra de safra ou uma baixa repentina nos preços. Os resultados da atividade agrícola estão relacionados à qualidade das diversas decisões dos agricultores, antes, durante e após o processo produtivo. São três as perguntas

básicas: o que produzir, como produzir e para quem produzir. Os agricultores precisam decidir qual cultivo ou criação adotar, qual tecnologia empregar, qual a forma de financiamento e até mesmo que estratégia de comercialização adotar. Ao tomar essas decisões, os agricultores levam em conta, consciente ou inconscientemente, os riscos".<sup>24</sup>

Vale lembrar que os riscos associados aos fatores climáticos são os tradicionalmente conhecidos e mencionados, contudo, o setor enfrenta uma série de ameaças associadas que devem receber a devida atenção, como riscos sanitários, de crédito, infraestrutura, comercialização interna e externa, ambientais, biológicos, energéticos etc.

Nesse rumo, as gestões empresariais e financeiras se tornam inseparáveis em qualquer setor da cadeia produtiva do agronegócio, obtendo vantagem quem apresentar maior eficiência nessas gestões, e isso depende unicamente do quão eficiente for o gestor de riscos do empreendimento/propriedade rural e a capacidade de lucro que for capaz de gerar.

Vale ressaltar que, via de regra, o produtor rural é altamente engajado em sua produção, seja qual for o cultivo ou produto gerado, por duas razões básicas, paixão pelo ofício e a busca pelo resultado da eficiência, isto é, o lucro. Ademais, importa considerar que todo produtor ou investidor está propenso a tratar com riscos em sua carteira de investimentos, sendo o gerenciamento a forma de identificar os motivos que possam causar prejuízos à toda estruturação.

Dessa forma, alguns processos devem ser adotados para a potencialização dos resultados, isto é, existem estratégias capazes de gerar eficiência na gestão e, conseqüentemente, superar os desafios, podendo-se citar inúmeras derivativas das próprias alavancas de desenvolvimento para manutenção da larga produtividade brasileira. À vista disso a gestão eficiente se torna o primeiro e mais importante fator à potencialização de qualquer resultado, seja qual for a alavanca habilitada.

Quando pensamos em geração de lucro, por exemplo, automaticamente associamos a necessidade de produzir mais, com maior qualidade e segurança, em menor tempo e com menor custo, assim sendo, a transformação digital e a tecnologia aplicadas a gestão são potenciais para permitir que os líderes trabalhem com uma tomada de decisões mais acertada,

<sup>23</sup> LEITE, Bruno. WACHHOLZ, Larissa. II Mesa Redonda – As perspectivas do Agronegócio Brasileiro no mercado internacional. UBAU. Canal de TV Agrarista da UBAU do YouTube. 11 fev. 2022.

<sup>24</sup> EMBRAPA. Riscos na agricultura. Disponível em <https://www.embrapa.br/visao/riscos-na-agricultura#:~:text=%C3%89%20uma%20atividade%20de%20ris>

co,uma%20baixa%20repentina%20nos%20pre%C3%A7os.. Acesso em: 10 abr 2022.

direcionada às metas de curto, médio e longo prazo, tornando-se mais eficiente.

É fato que a partir da implementação tecnológica, os instrumentos de crédito, possibilidades de comercialização nacional e internacional e todo e qualquer tipo de auxílio técnico estão e estarão cada vez mais à disposição do produtor rural, portanto, o emprego da tecnologia atua como verdadeiro suporte para o gerenciamento dos riscos, além do próprio desenvolvimento produtivo. Ainda, a transformação digital é capaz de agregar valor aos diferentes setores do agronegócio, uma vez que permite a diversificação da produção com menor dano ao meio ambiente e maior rastreabilidade, evitando perdas.

E quando falamos em meio ambiente, filiado importante do setor do agronegócio, instantaneamente associamos a questão toda à sustentabilidade, isto é, o uso racional dos recursos naturais disponíveis mediante a preservação ambiental e implementação de novas tecnologias e metodologias na atividade produtiva. Nesse viés, a sustentabilidade visa, além de proteger o meio ambiente, que é o terreno fértil do agronegócio, uma vez que o Brasil tem a melhor combinação de ativos para agricultura no mundo, faixas de terras, clima, água, população engajada etc.,<sup>25</sup> promover mudanças positivas que representam, acima de tudo, negócios mais responsáveis, transparentes, competitivos e, novamente, mais eficientes, estabelecendo um padrão de fortalecimento de imagem nacional perante a comunidade internacional.

Acerca da competitividade no mercado, tem-se que o mercado de capitais atrelado a transformação digital tem a capacidade de desenvolver produtos para o mercado, sendo uma otimizada estratégia de gestão, portanto, diversificar a produção, os parceiros, os negócios, as metodologias etc., pois "no momento em que o produtor atinge certa maturidade nos negócios, ou seja, quando o ganho de escala já não traz melhorias significativas nas margens, é a hora de começar a pensar em diversificar os investimentos, que podem ser tanto voltados para outra commodity, como outra região ou outro elo da cadeia, como o beneficiamento ou a industrialização. Cada negócio tem sua própria complexidade operacional, comercial e financeira, fatores que devem estar no radar dos produtores".<sup>26</sup>

Portanto, o produtor/investidor deve ter suas metas bem definidas, seja para curto, médio ou longo prazo, com análise de riscos e eficiência, verificada a

possibilidade de escalabilidade e competitividade de seu produto, devendo sempre considerar que a capacidade e utilidade da diversificação é se todas as atividades se manterem bem-feitas, isto é, eficientes, caso contrário a recomendação é direcionar a energia para apenas um segmento, para que este, enfim, seja eficiente e lucrativo de fato.

Sob essa ótica de resultados e sustentabilidade, há uma evidente sinalização à "expansão das estruturas de financiamento e investimento na cadeia produtiva do agronegócio, inclusive com forte incentivo à participação do mercado de capitais, onde tivemos a aprovação de dois marcos regulatórios: a Lei 13.986/2020, conhecida como Lei do Agro, e a Lei 14.130/2021, que instituiu o já festejado Fiagro."<sup>27</sup>

Cumprе mencionar, por fim, a relevância de que se conheça do próprio negócio, pois existem riscos que não podem ser controlados especificamente, contudo, podem ser gerenciáveis, logo, a assistência técnica por meio de profissionais qualificados a orientar na tomada de decisões e auxiliar no equilíbrio do gerenciamento de riscos é fundamental para triangularizar preço, escala e custo.

#### 4 VENDA MAIS E MELHOR

Um bom ambiente de negócios é essencial para aumentar o volume de vendas e por um preço melhor, afinal de nada adianta uma boa safra se não tiver para quem vender e negociar. Com o avanço da tecnologia e da globalização é muito fácil pessoas e empresas se conectarem e estabelecerem relações comerciais de qualquer parte do mundo e existem espaços, instrumentos e ferramentas que propiciam essas interações, inclusive, para os produtos do agronegócio brasileiro no comércio exterior. O diplomata Bruno Leite<sup>28</sup> destaca que com as facilidades dos meios eletrônicos é possível encontrar novos nichos e mercados de luxo.

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) em parceria com o Ministério das Relações Exteriores (MRE) e com o apoio da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) viabilizam a participação em feiras internacionais de promoção comercial no exterior de representantes brasileiros de empresas, exportadoras, tradings, entidades setoriais e cooperativas para

<sup>25</sup> LEITE, Bruno. II Mesa Redonda – As perspectivas do Agronegócio Brasileiro no mercado internacional. UBAU. Canal de TV Agrarista da UBAU do YouTube. 11 fev. 2022.

<sup>26</sup> PORTAL DO AGRONEGÓCIO. Qual o momento certo para diversificar os investimentos no agronegócio? Disponível em: <https://www.portaldoagronegocio.com.br/gestao-rural/analise-de-mercado/artigos/qual-o-momento-certo-para-diversificar-os-investimentos-no-agronegocio>. Acesso em 10 abr 2022.

<sup>27</sup> INFOMONEY. A revolução no campo: governança, mercado de capitais e um novo agro. Disponível em:

<https://www.infomoney.com.br/colonistas/convidados/a-revolucao-no-campo-governanca-mercado-de-capitais-e-um-novo-agro/>. Acesso em 10 abr 2022

<sup>28</sup> LEITE, Bruno. II Mesa Redonda – As perspectivas do Agronegócio Brasileiro no mercado internacional. UBAU. Canal de TV Agrarista da UBAU do YouTube. 11 fev. 2022.

promoverem produtos de origem brasileira. Os eventos em diversos países são previamente divulgados no site do MAPA e os interessados podem se inscrever e participar do processo seletivo para a feira internacional, sendo importante possuir site em inglês para o preenchimento do cadastro. O MAPA e MRE são responsáveis por todo o espaço do estande e a produção do catálogo do Pavilhão Brasil, enquanto os selecionados para participar das feiras internacionais arcam com suas despesas pessoais e o envio das amostras e produtos expostos, além de outras ações de marketing e iniciativas de promoção nos eventos<sup>29</sup>.

Para contribuir ainda mais com as exportações dos produtos brasileiros do agronegócio, em março de 2020, a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) em parceria com a ApexBrasil lançaram o Projeto Agro.BR<sup>30</sup> que visa capacitar os pequenos e médios produtores rurais para comercializarem no mercado internacional e aumentar a pauta exportadora. Os consultores e escritórios regionais do Agro.BR auxiliam de forma gratuita os interessados no processo de planejamento e exportação, desde a reunir a documentação necessária para o comércio exterior – o que inclui o Radar junto à Receita Federal, nota fiscal, fatura comercial e romaneio de carga –, até estratégias de marketing, comunicação, bem como a organização de feiras e rodadas de negócios para aproximar os compradores estrangeiros do produtor rural brasileiro. As palestras e encontros podem ser realizados de forma online entre os produtores e treinadores do Agro.BR, com a possibilidade de participar de programas de capacitação oferecidos pelo Senar e parceiros. Para exportar, é importante que os produtores possuam CNPJ e reúnam diferenciais para os seus produtos, como certificações internacionais, selos de qualidade, sistema de rastreabilidade, e possuam uma equipe e estratégias de vendas direcionadas ao mercado externo, como funcionários que tenham conhecimento em língua estrangeira, bem como sites e material publicitário no idioma do país que se pretende negociar. Para minimizar os custos e aumentar as chances de sucesso do empreendimento no exterior, os produtores podem se reunir em associações e cooperativas, promovendo as vendas e logística de entrega de forma coletiva. Para Bruno Leite<sup>31</sup>, a plataforma de e-commerce contribui para a exportação com a possibilidade de distribuição dos

produtos pelo correio, com queda do custo do frete. Entretanto, o especialista entende que esta questão de logística e transporte precisa ser melhor desenvolvida pelo Brasil, considerando que o país não está numa rota estratégica de navegação e que poderia ampliar a importação de produtos estrangeiros, para aumentar o fluxo de transporte e containers entre os países de outros continentes, criando um giro mais rápido e de menor custo de distribuição de produtos no exterior. Vale destacar, que nos dois primeiros anos do projeto Agro.BR já obteve mais de mil produtores rurais cadastrados e muitas histórias de sucesso, de agricultores familiares que conseguiram inserir seus produtos – geleias, doces, cafés especiais, cerveja etc –, no mercado internacional, em países da Europa e China, por exemplo.

Segundo Larissa Wachholz<sup>32</sup>, vale destacar que o mercado chinês é de expressiva importância, considerando que a China representa mais de 40% do volume das exportações realizadas pelo Brasil e destes cerca de 20% são de produtos agrícolas, principalmente, o fornecimento de grãos, em especial a soja, para implementação de proteína animal, tendo em vista o aumento do consumo de carne naquele país em decorrência do desenvolvimento econômico, com processo de urbanização, demandando alimentos com maior valor proteico e nutricional. Ademais, a especialista indica que nos próximos anos ocorrerá a desaceleração da economia chinesa e, conseqüentemente, do volume consumido, porém o mercado priorizará a qualidade dos produtos, com maior valor agregado, inclusive, com práticas de sustentabilidade e segurança sanitária, podendo o Brasil ampliar a pauta exportadora, com diversificação de produtos de nicho.

Outra tendência acentuada por Wachholz<sup>33</sup> é que os chineses desejam acessar os produtos por novos meios, como o comércio eletrônico e para tanto o Brasil precisa promover e fortalecer a imagem dos produtos brasileiros no exterior, para que os consumidores estrangeiros conheçam a gama de ofertas e possibilidades oferecidas pelos produtores rurais e da agroindústria nacional. A autora Renata Thiébaud<sup>34</sup>, com apoio do Conselho Empresarial Brasil-China, CNA e Klabin, produziu o relatório “As oportunidades e desafios para empresas brasileiras no maior mercado de e-commerce do mundo China”, que tem por objetivo

<sup>29</sup> Governo do Brasil. Inscrever-se em eventos de promoção comercial no exterior. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/servicos/participar-de-feiras-de-agronegocio>. Acesso em 10 abr 2022

<sup>30</sup> CNA. Agro.BR. Disponível em <https://www.cnabrazil.org.br/agrobr> Acesso em 10 abr 2022.

<sup>31</sup> LEITE, Bruno. II Mesa Redonda – As perspectivas do Agronegócio Brasileiro no mercado internacional. UBAU. Canal de TV Agrarista da UBAU do YouTube. 11 fev. 2022.

<sup>32</sup> WACHHOLZ, Larissa. II Mesa Redonda – As perspectivas do Agronegócio Brasileiro no mercado internacional. UBAU. Canal de TV Agrarista da UBAU do YouTube. 11 fev. 2022.

<sup>33</sup> WACHHOLZ, Larissa. II Mesa Redonda – As perspectivas do Agronegócio Brasileiro no mercado internacional. UBAU. Canal de TV Agrarista da UBAU do YouTube. 11 fev. 2022.

<sup>34</sup> THIÉBAUD, Renata. As oportunidades e desafios para empresas brasileiras no maior mercado de e-commerce do mundo China. Disponível em: [Ecommerce\\_21jan22\\_completo2 \(5\).pdf](#) Acesso em: 12 abr 2022.



contextualizar a relação bilateral de negócios entre Brasil-China, indicar a legislação chinesa para comércio eletrônico em marketplaces, como por exemplo o Alibaba, e as etapas necessárias para comercializar os produtos brasileiros no mercado chinês de forma online.

O trade de negócios Marcos Vaena<sup>35</sup>, da Corporação Financeira Internacional (IFC) pertencente ao Grupo do Banco Mundial, explica que a instituição também oferece apoio ao procedimento de comercialização de produtos do agronegócio no exterior, com pesquisas de viabilidade, estudos técnicos de mercado, e como vencer os desafios e implementar o trabalho de acesso a mercados via e-commerce, com análise da regulamentação de cada país, viabilização do pagamento e movimentação financeira internacional, infraestrutura e logística de entrega. Vaena destaca ainda a atuação do Centro de Comércio Internacional, da ONU, que desenvolveu um programa de formação de e-commerce para exportação com tutoriais e cursos gratuitos, a fim de criar soluções para desenvolver cadeia de valor para o produtor rural e ter acesso direto ao consumidor final, independentemente da localidade deste.

Portanto, vai vender mais e melhor os setores do agronegócio que prepararem as suas empresas e adaptarem seus produtos para as exigências e necessidades do mercado internacional, estabelecendo relações comerciais tanto em espaços físicos, como feiras internacionais e rodadas de negócio, ou por intermédio das ferramentas eletrônicas, como sites e marketplaces especializados em produtos estrangeiros, conseguindo acessar o consumidor final, com ou sem intermediários

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme exposto, depreende-se que o agronegócio no Brasil passa por uma (r)evolução de novas práticas, com forte pressão internacional para ampliação da produção, mas ao mesmo tempo com exigência de desenvolvimento sustentável. Na medida em que o mundo é cada vez mais globalizado, o produtor rural e os demais atores da cadeia produtiva podem explorar novos mercados e nichos de atuação, ampliando as relações comerciais, inclusive, no exterior.

Neste ambiente de negócios competitivo, os players do agronegócio precisam estar atentos aos insights, dicas e tendências de mercado para garantir sua expansão e maior lucratividade. Assim, sairão na frente as empresas do agro brasileiro que além dos investimentos nas tradicionais alavancas do setor

produtivo (biologia, química e mecanização) conseguirem implementar e se inserir nas novas alavancas negociais (sustentabilidade, transformação digital e mercado de capitais).

Como diferencial, os produtos e serviços comercializados precisarão de maior valor agregado, o que implica na utilização de tecnologias para ampliar produtividade, mas também sistemas mais inteligentes de métodos de produção e critérios de qualidade e sustentabilidade, com procedimentos de certificação e rastreabilidade, além da utilização da conectividade para desenvolver novas formas de venda.

Nesse sentido, pode-se afirmar que os produtores rurais e empresas das cadeias agroindustriais que tem uma boa gestão empresarial e financeira - promovem práticas de ESG, tem políticas de compliance - conseguirão captar mais recursos no mercado de capitais, pois oferecem mais segurança e liquidez aos investidores dos Fiagros e, conseqüentemente, recebem um volume maior de investimentos.

Com a utilização das alavancas anteriormente mencionadas, é possível otimizar resultados através de uma boa gestão empresarial, com conhecimento do próprio negócio e administração dos riscos inerentes a própria atividade, utilizando-se dos recursos disponíveis para sua prevenção e mitigação. Logo, a assistência técnica por meio de profissionais qualificados a orientar na tomada de decisões e auxiliar no equilíbrio do gerenciamento de riscos é fundamental para triangularizar preço, escala e custo.

Terá maior projeção no mercado internacional as empresas do agronegócio brasileiro que adaptarem seus produtos e atendimento para o comércio exterior, participando de feiras internacionais e rodadas de negócio, utilizando ferramentas eletrônicas, como sites e marketplaces especializados em produtos estrangeiros, para dar destaque e competitividade ao seu produto ou serviço nestes novos ambientes de negócios.

<sup>35</sup> VAENA, Marcos. II Mesa Redonda – As perspectivas do Agronegócio Brasileiro no mercado internacional. UBAU. Canal de TV Agrarista da UBAU do YouTube. 11 fev. 2022.

## REFERÊNCIAS

AGRO EM DIA. Programa vai promover imagem do agronegócio brasileiro no exterior. Disponível em: <https://agroemdia.com.br/2021/09/15/programa-vai-promover-imagem-do-agronegocio-brasileiro-no-exterior/>. Acesso em 18 abr 2022.

B3. Uma análise da evolução dos investidores na B3. Ago 2021. Disponível em: [Book\\_PF-Agosto2021.pdf](#) Acesso em 26 mar 2022.

CANAL RURAL. Produção de alimentos precisará crescer 70%, conclui FAO. Disponível em: <https://www.canalrural.com.br/noticias/producao-alimentos-precisara-crescer-conclui-fao-44110/>. Acesso em 18 abr 2022.

CARDOSO, Heloísa Bagatin. Mercado de Capitais e Fiagro. 2º Simpósio Gaúcho de Direito Agrário e Agronegócio. UBAU-FARSUL. 10 dez 2021.

CNA. Agro.BR. Disponível em <https://www.cnabrazil.org.br/agrobr> Acesso em 10 abr 2022.

CONTINI, Elisio. ARAGÃO, Adalberto. O Agro brasileiro alimenta 800 milhões de pessoas. Embrapa. 04 mar 2021. Disponível em: <file:///C:/Users/Crisley/Downloads/Popula%C3%A7%C3%A3o%20alimentada%20pelo%20Brasil.pdf>. Acesso em: 26 mar 2022.

CEPEA. PIB-AGRO/CEPEA: PIB DO AGRO CRESCE 8,36% EM 2021; PARTICIPAÇÃO NO PIB BRASILEIRO CHEGA A 27,4%. Disponível em: <https://www.cepea.esalq.usp.br/br/releases/pib-agro-cepea-pib-do-agro-cresce-8-36-em-2021-participacao-no-pib-brasileiro-chega-a-27-4.aspx#:~:text=Diante%20do%20bom%20desempenho%20do,52%2C63%25%2C%20respectivamente.> Acesso em 2 abr 2022.

EMBRAPA. Trajetória da agricultura brasileira. Disponível em: <https://www.embrapa.br/visao/trajetoria-da-agricultura-brasileira>. Acesso em: 10 abr 2022.

FORBES. Mercado de Capitais e o Agro. Disponível em <https://forbes.com.br/colunas/2021/04/helen-jacinto-mercado-de-capitais-e-o-agro>. Acesso em: 10 abr 2022.

GLOBO. Apesar de expansão, mais de 70% das propriedades rurais no Brasil não têm acesso à internet. Disponível em:

<https://g1.globo.com/economia/agronegocios/noticia/2020/01/05/apesar-de-expansao-mais-de-70percent-das-propriedades-rurais-no-brasil-nao-tem-acesso-a-internet.ghtml>. Acesso em 18 abr 2022.

GOVERNO DO BRASIL. Cenários e perspectivas da conectividade para o agro. Disponível em \*livro-conectividade-agro v2.indd (www.gov.br). Acesso em: 18 abr 2022.

GOVERNO DO BRASIL. Inscrever-se em eventos de promoção comercial no exterior. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/servicos/participar-de-feiras-de-agronegocio>. Acesso em: 10 abr 2022.

GUANZIROLI, Carlos Enrique. SABBATO, Alberio di. BUAINAIN, Antônio Marcio. Evolução da Agricultura Familiar no Brasil (1196-2017). In Uma Jornada pelos Contrastes do Brasil – Cem anos do Censo Agropecuário. Org. José Eustáquio Ribeiro Vieira Filho & José Garcia Gasques. Brasília: IPEA, IBGE, 2020. p. 196.

INFOMONEY. A revolução no campo: governança, mercado de capitais e um novo agro. Disponível em <https://www.infomoney.com.br/colunistas/convidados/a-revolucao-no-campo-governanca-mercado-de-capitais-e-um-novo-agro/>. Acesso em 10 abr 2022.

IPEA. Balança comercial do agronegócio brasileiro apresenta superávit de US\$ 105,1 bilhões em 2021. Disponível em Balança comercial do agronegócio brasileiro apresenta superávit de US\$ 105,1 bilhões em 2021 (ipea.gov.br). Acesso em 2 abr 2022.

LEITE, Bruno. II Mesa Redonda – As perspectivas do Agronegócio Brasileiro no mercado internacional. UBAU. Canal de TV Agrarista da UBAU do YouTube. 11 fev. 2022.

MASSRUHÁ, Sílvia Maria Fonseca S.; LEITE, Maria Angelica de Andrade; LUCHIARI JUNIOR, Ariovaldo; EVANGELISTA, Sílvia Riberto Medeiros. Agricultura digital: pesquisa, desenvolvimento e inovação nas cadeias produtivas. Brasília, DF: Embrapa, 2020. cap. 1, p. 20-45. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-/publicacao/1126214/a-transformacao-digital-no-campo-rumo-a-agricultura-sustentavel-e-inteligente>. Acesso em: 18 abr 2022.

NETO, Octaciano. FIAGRO – Financiamento de Cadeias Agroindustriais. Congresso Brasileiro de Direito e Agronegócio. TJPR, EJUD. 03 dez. 2021.

PORTAL DO AGRONEGÓCIO. Qual o momento certo para diversificar os investimentos no agronegócio? Disponível em

<https://www.portaldoagronegocio.com.br/gestao-rural/analise-de-mercado/artigos/qual-o-momento-certo-para-diversificar-os-investimentos-no-agronegocio>. Acesso em: 10 abr. 2022.

RODRIGUES, Roberto. Apresentação. In Agro é paz: análises e propostas para o Brasil alimentar o mundo. Org. Roberto Rodrigues. Piracicaba: Esalq, 2018. p. 10.

SOUZA, Adriano Boni. Securitização de Recebíveis da Agroenergia: um estudo de caso baseado em títulos do agronegócio. Dissertação mestrado – Escola de Economia São Paulo – FGV, 2010. p. 56-60.

THIÉBAUT, Renata. As oportunidades e desafios para empresas brasileiras no maior mercado de e-commerce do mundo China. Disponível em: [Ecommerce\\_21jan22\\_completo2 \(5\).pdf](#) Acesso em: 12 abr 2022.

TSOUROUTSOGLOU, Irini. Fiagro. In Coletânea de Artigos & Matérias: A voz feminina no Agronegócio. Coord. Heloísa Bagatin Cardoso. UBAU, 2022.

VAENA, Marcos. II Mesa Redonda – As perspectivas do Agronegócio Brasileiro no mercado internacional. UBAU. Canal de TV Agrarista da UBAU do YouTube. 11 fev. 2022.

WACHHOLZ, Larissa. II Mesa Redonda – As perspectivas do Agronegócio Brasileiro no mercado internacional. UBAU. Canal de TV Agrarista da UBAU do YouTube. 11 fev. 2022.