

ANO XXVIII Nº 316



R\$ 25,00

RRNEWS



Revista Rural

A revista do setor

ATENÇÃO REDOBRADA CONTRA AS PRAGAS DO **MILHO**

Nesta edição: o resultado do Top of Mind

A Elanco, uma empresa há 70 anos focada em sanidade para produtividade e rentabilidade, tem o orgulho de os seguintes produtos:



e nutrição animal, entregando as melhores soluções
compartilhar que foi a preferida do produtor com

Elanco



Construindo a pecuária do

futuro.

ANOS



Cambuci ganha espaço em São Paulo, com a venda de produtos diferenciados

38



Fazendas de pecuária sustentáveis viram modelo para outras propriedades da região do pantanal matogrossense

53



Novo porta-enxerto de maracujá garante uma fruta resistente a fusariose

59



Revista Rural é uma publicação mensal da Criação Assessoria Comunicação e Comércio Ltda Rua Coriolano 1642 Torre 1 cj 22 - Vila Romana - São Paulo/SP - CEP 05047-001 - PABX 11 3022-4260
● **Diretor de Redação:** Flávio Albim (flavio@revistarural.com.br) ● **Diretor Administrativo:** Vitor Albim (vitor.albim@revistarural.com.br) ● **Diretora Comercial:** Ana Carolina Domingues Albim (carol@revistarural.com.br) ● **Edição digital:** disponível gratuitamente na Apple Appstore, Google Play e Amazon ou leia a edição online em www.revistarural.com.br. ● **Siga Revista Rural no Facebook, Instagram e Linked In.** ● **Programa Revista Rural:** é uma versão eletrônica da revista impressa, e vai ao ar aos domingos, às 8h30 da manhã, para todo o Brasil, via satélite (SKY), via parabólica digital e através das principais operadoras de TV por assinatura. Ele é exibido nos canais AGRO BRASIL TV, REDE TV PARANÁ, C3TV, TV SÍTIO, TV SUL, REDE NGT, TV MILAGRO BRASIL, SOUTV, UNIQUE TV, STV (Moçambique), e REDE GIRASSOL DE TELEVISÃO (Angola). ● **TV Revista Rural:** Assista nosso conteúdo em youtube.com/tvrevistarural. ● **Portal de Notícias:** Fique por dentro de tudo o que acontece diariamente no agronegócio acessando www.revistarural.com.br.

ANO XXVIII • Nº 316
maio/2025



Revista
Rural

Confiança premiada no campo.

Ser Top of Mind é colher o reconhecimento
de quem mais entende: o agricultor brasileiro.

Fox® Xpro e Fox® Supra são lembrados porque têm
história no campo e entregam resultado no dia a dia.



**Top of mind
2025**

Fox 
Xpro

Fox 
Supra

**De primeira,
sem dúvida.**

**Confiança que se
fortalece na segunda.**



Se é Soja, é Bayer.
Se é Bayer, é bom.

ATENÇÃO

ESTE 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 RECEITA; E UTILIZE SEMPRE OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL.



Converse Bayer
0800 011 5560

Saiba mais em
agro.bayer.com.br

NOVA UVA BRANCA SEM SEMENTES REDUZ CUSTO DE MÃO DE OBRA

A Embrapa lança no mercado a BRS 54 Lumiar, uma nova cultivar de uva branca sem semente, capaz de reduzir em 50% os custos com mão de obra no Semiárido brasileiro. A inovação busca resolver os principais gargalos da produção de uvas de mesa, que são: a alta demanda de mão de obra para realizar o manejo de cachos e as poucas opções de cultivares brancas sem sementes.

Com isso, oferece potencial para impulsionar o segmento no País. Além da economia no campo, a Lumiar se destaca pelo conjunto de qualidades sensoriais: bagas grandes e elípticas, textura crocante e macia, alto teor de açúcares, ausência de adstringência na película e acidez equilibrada ao final da maturação. Mais informações técnicas estão disponíveis na publicação.

A nova cultivar é mais um resultado do portfólio de uvas de mesa sem sementes do programa de me-

lhoramento genético “Uvas do Brasil” coordenado pela Embrapa, para cultivo na região do Vale do Submédio São Francisco (VSF). Segundo João Dimas Garcia Maia, um dos pesquisadores da Embrapa responsável pelo desenvolvimento da nova cultivar, a BRS 54 Lumiar atende a uma demanda histórica do semiárido por uma cultivar branca sem sementes. Ele destaca que a operação de raleio, para descompactar os cachos (técnica de retirar frutos em excesso), melhora o aspecto visual e a qualidade.

No geral, as cultivares estrangeiras de uvas sem sementes demandam, no mínimo, 50% a mais de mão de obra para a realização dessa prática. Além disso, geram outros custos para os produtores, que precisam arcar com royalties a cada quilo de fruta vendida. No caso das cultivares nacionais desenvolvidas pela Embrapa, é necessário pagar apenas pelas mudas, sem a cobrança dessas taxas.

De geração
a geração,



é com o
Bradesco que
o agro conta.

Ano-safra 2025/2026:
conheça as
soluções de crédito.



Crédito sujeito à aprovação, enquadramento técnico e demais condições dos produtos. Forneça o número: 0800 0600 270 (022), SAC — At. Bradesco: 0800 704 4331, SAC — Deficiência Auditiva ou de Fala: 0800 727 0099, Diretoria: 0800 727 9821. Fotos meramente ilustrativas.





APLICAÇÃO DE VINHAÇA PARA IRRIGAR CANAVIAL AJUDA A MITIGAR EFEITOS DA SECA

Para enfrentar os efeitos da seca prolongada que atingiu o país no ano passado e mitigar os efeitos das mudanças climáticas, a Tereos iniciou na safra 24/25 um projeto de aplicação de irrigação de salvamento com a utilização de vinhaça, subproduto da produção de etanol.

A solução foi desenvolvida e começou a ser testada em 2021, ano que também foi marcado por forte seca na região Centro-Sul, uma das principais produtoras de cana-de-açúcar do país. Os testes apresentaram um bom desempenho, mas a solução não precisou ser utilizada até 2024, quando novamente os efeitos climáticos afetaram a produção.

“Normalmente já realizamos regularmente a aplicação de vi-

inhaça no canavial para fertirrigação em nossa operação, aproveitando o alto teor de água, o potássio e a matéria orgânica, que age como fertilizante no solo”, explica Everton Carpanezi, diretor de operações agroindustriais da Tereos. “Com os desafios climáticos que a produção agrícola vem enfrentando nos últimos anos, passamos a desenvolver e estudar novas soluções para mitigar os efeitos do clima e conseguimos bons resultados com a utilização da vinhaça”, completa.

Para realizar a irrigação de salvamento utiliza-se a mesma estrutura de aplicação de vinhaça localizada, com o objetivo de aumentar a quantidade de água aplicada no solo. Na prática, a aplicação em cada propriedade

MAIS UMA SAFRA DE QUALIDADE PARA QUEM VIVE DO CAMPO

MASSEY FERGUSON, 28 VEZES
VENCEDORA NA CATEGORIA
"TOP OF MIND EM TRATORES"
NA REVISTA RURAL.



MASSEY FERGUSON

BORN TO **FARM**



é realizada numa dose maior, respeitando o limite do Plano de Aplicação de Vinhaça (PAV), já que a vinhaça é composta por mais de 90% de água. Dessa forma, a hidratação adicional disponibilizada auxilia na absorção de nutrientes e brotação da cana nos períodos críticos.

Em 2024, cerca de 20% das áreas próprias da Tereos – o equivalente a mais de 30 mil hectares de cana – receberam a irrigação de salvamento com vinhaça, especialmente entre os meses de junho e agosto, período em que

o canal mais sente os efeitos da seca. Com a operação de salvamento, é esperado que a perda de produtividade seja menor do que nas áreas tratadas de maneira convencional.

“A vinhaça é um componente orgânico que reaproveitamos em nossa operação pensando na produtividade, na sustentabilidade e no meio ambiente. Com o investimento na irrigação de salvamento com vinhaça, pretendemos ter mais opções em anos de seca extrema e reduzir a utilização de insumos minerais para a nutrição da cana”, finaliza.



É MAIS QUE PRESENÇA, É TOP OF MIND.



Topofmind

Pioneer® é a marca que primeiro vem à mente dos produtores do Brasil quando se trata de sementes de milho, de acordo com a Revista Rural.

Ser a marca mais lembrada demonstra que discurso e prática precisam andar juntos. É mais do que falar, é fazer pela agricultura do Brasil.

É mais do que híbridos de qualidade, parceria e inovação. É Pioneer®.

É MAIS É PIONEER



LEITE A2 TEM ESPAÇO PARA CRESCER E CONQUISTAR CONSUMIDORES

A pesar de estar entre os maiores produtores de leite do mundo, o Brasil ainda tem um grande potencial a ser explorado no mercado de leite A2, uma variedade que oferece benefícios como fácil digestão e menor incidência de desconfortos. Enquanto o consumo anual per capita de leite no país atinge 167 litros por habitante, superando a média mundial de 116 litros, o leite A2 representa atualmente menos de 1% do mercado nacional.

De acordo com o Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), o Brasil é o terceiro maior produtor mundial de leite, com mais de 34 bilhões de litros por ano. O país conta com mais de 1 milhão de propriedades produtoras e emprega 4 milhões de pessoas.

Dados do Anuário do Leite 2023, produzido pela Embrapa Gado de Leite, apontam que o segmento do leite A2 está estimado em cerca de R\$100 milhões anuais. No entanto, as perspectivas são otimistas. A expectativa é que o consumo do produto passe a crescer em torno de 20% ao ano, à medida que se torne mais conhecido e acessível aos consumidores.

"O leite A2 ainda é um oceano azul a ser explorado no Brasil", afirma o produtor rural Tomáz de Aquino Resende, criador da primeira queijaria com leite A2 do Brasil. "Com um público consumidor já acostumado ao consumo de leite, o desafio é informar sobre as vantagens do leite A2 e torná-lo uma opção cada vez mais presente no dia a dia dos brasileiros".

Ausência de desconfortos intestinais

Uma das principais vantagens do leite A2 é a ausência da proteína beta-caseína A1, presente no leite comum. Essa proteína é apontada como responsável por desconfortos gastrointestinais em algumas pessoas, como inchaço, gases e diarreia. Ao optar pelo leite A2, esses consumidores podem desfrutar dos benefícios do leite sem os incômodos associados à digestão.

"O consumidor brasileiro está cada vez mais atento à saúde e ao bem-estar. Acreditamos que o leite A2 tem tudo para conquistar um espaço crescente no mercado, oferecendo uma opção saborosa e nutritiva para quem busca uma digestão mais leve e confortável", afirma o produtor.



Com você,
há 50 anos,
cultivando raízes
mais fortes.

E por mais um ano,
a marca mais lembrada
**pelo produtor e
produtora rural.**

**Há 5 décadas, a Belgo Arames
é sinônimo de confiança e qualidade.**

Uma história que impulsiona o progresso no campo
e cria vidas melhores todos os dias.

Por isso, celebramos não só nosso legado,
mas nossa capacidade de inovar e seguir adiante,
conectando pessoas, negócios e sonhos.
Os próximos 50 anos estão logo ali.

Belgo Arames 50 anos.
Moderna como nunca, Forte como sempre.



Top of mind

Belgo Arames:
Vencedora da pesquisa
Top of Mind Rural 2025
na categoria Arames.

belgo
arames

Uma parceria entre
ArcelorMittal e Bekaert.



Topofmind

Sementes	PIONEER
Defensivos para pastagem	CORTEVA
Fertilizantes	YARA
Sementes para pastagem	MATSUDA
ILPF	MATSUDA
Inseticida	ENGEO
Tratamento de sementes	FORTENZA DUO
Herbicidas	ROUNDUP
Fungicida	FOX
Sementes para HF	TOPSEED
Silos	KEPLER WEBER
Balança	COIMMA
Tronco	COIMMA
Cochos	ITABIRA
Currais	ITABIRA
Motosserra	STIHL
Roçadeira	STIHL
Seringas/Pistolas	HOPNER
Sal mineral	TORTUGA
Rações	GUABI
Vacinas reprodutivas	CATTLEMASTER
Protocolos para IATF	ZOETIS
Vermífugo	IVOMEC
Vermífugos para Equinos	EQVALAN
Vitaminicos para Equinos	EQUISTRO
Brinco Mosquicida	FIPROTAG
Melhorador de Desempenho Bovinos	RUMENSIN
Anti-mastítico	BOVIGAM
Antibióticos	AGROVET
Carrapaticida	ACATAK
Brinco Identificação	ALLFLEX
Vitaminicos para Bovinos	KIT MIN VIT
Estimulador de cio	CRONIBEN
Vitaminicos para Aves	VITAGOLD AVÍCOLA
Vitaminicos para Suínos	VITAGOLD POTENCIADO
Melhoradores de Desempenho Natural	MAGNI-PHI
Plantadeiras	JOHN DEERE
Colheitadeira	JOHN DEERE
Irrigação	NETAFIM
Caminhões	MERCEDES
Picapes	FIAT STRADA
Pneus agrícolas	GOODYEAR
Trator	MASSEY
Colhedora forragem	JF MÁQUINAS
Enfardadeiras	JF MÁQUINAS
Pulverizadores	JACTO
Colhedora de cana	CASE IH
Ordenhadeira	DELAVAL
Arames	BELGO
Motobombas	BRANCO
Motocultivadores	TRATORITO
Geradores	TOYAMA
Inseminação	ABS
Banco Privado	BRADESCO
Crédito rural	BANCO DO BRASIL
Cooperativa de Crédito	SICREDI



Sempre na cabeça

Há vinte e oito anos, a pesquisa Top of Mind da Revista Rural segue mostrando a sua força e reconhecendo aqueles que fazem um excelente trabalho de marketing rural.



Co dia 10 de março, uma equipe de telemarketing especializado deu início aos primeiros contatos com os leitores da Revista Rural, de vários cantos do País. Como é realizada, a abordagem pelo telefone chegou ao final no dia 15 de abril, totalizando 983 entrevistas realizadas, com 452 agricultores e 531 pecuaristas. Era o fim de mais uma pesquisa Top of Mind Rural, que assim como nos anos anteriores, teve a maior concentração de entrevistados na Região Sudeste com 42%, em segundo o Centro-Oeste com 34%, as regiões Sul, Nordeste e Norte, aparecem com 15%, 7% e 2% respectivamente.

Em sua vigésima oitava edição, a pesquisa ganhou mais “corpo” e manteve o número médio de entrevistados. Os pecuaristas

apareceram em uma proporção levemente maior em relação aos agricultores. Houve também algumas mudanças, com a saída de algumas categorias, caso de Nematicidas, e a inclusão de novas, como moto-cultivadores, por exemplo.

Criado em 1998, a pesquisa se propõe em saber quais são os nomes e as marcas mais fortes do segmento. Por sua vez, faz parte da lista das premiadas, empresas que vão desde o segmento da saúde animal até maquinários agrícolas. A ideia não é uma batalha entre produtos ou companhias, mas sim de percepção. Nesta perspectiva, o Top of Mind Rural ajuda a sustentar essa lei ao ser a única pesquisa do meio rural, no qual o entrevistado deve responder a primeira marca que lhe vem à cabeça em diver-



JACTO. A **MAIS LEMBRADA** QUANDO O ASSUNTO É PROTEGER A LAVOURA!

Queremos celebrar com você, agricultor, o prêmio **Top of Mind 2025** na categoria **Pulverizadores**.

Este reconhecimento nos motiva a fortalecer ainda mais o nosso **compromisso com a inovação, tecnologia e qualidade**, para que você continue contando com o melhor da Jacto no campo.



jacto.com



Conheça nossas inovações em pulverizadores.



JACTO

AO SEU LADO, SEMPRE.

O prêmio promovido pela publicação, tem objetivo mensurar a força das marcas existentes, além de reforçar e reconhecer o trabalho realizado pelas empresas que atuam no agronegócio.

sas categorias consultadas. A pesquisa busca respostas espontâneas, sem indução.

Após 28 anos, a pesquisa é vista com muita credibilidade pelas empresas do agronegócio. Como todos os anos em que se realiza, o prêmio promovido pela publicação, tem objetivo mensurar a força das marcas existentes, além de reforçar e reconhecer o trabalho realizado pelas empresas, que atuam no agronegócio. Alguns vencedores do Top of Mind Rural entenderam e levam essa ideia a sério, tanto é que continuam invictos na categoria correspondente à marca e ao produto, mesmo perante a grande concorrência no mercado, o surgimento de novas marcas, fusões e aquisições por novas companhias. Sobretudo, ofertando novos modelos de negócio, inovações e tecnologias ao homem do campo.

A Fórmula do Sucesso

Conta-se nos dedos as empresas que promovem ações de marke-

ANA CAROLINA
DOMINGUES ALBIM E
FLÁVIO ALBIM,
DIRETORES DA REVISTA
RURAL: “EM SUA
VIGÉSIMA OITAVA
EDIÇÃO, A PESQUISA
GANHOU MAIS
“CORPO” E MANTEVE
O NÚMERO MÉDIO
DE ENTREVISTADOS”.

ting tão impactantes, que permanecem muito tempo na cabeça do consumidor/leitor. Especialistas revelam, e o que é importante frisar, que pesquisas de marketing constataam que as marcas que estão em primeiro na cabeça do consumidor também são as primeiras colocadas no índice de preferência de compra. Em outras palavras, as marcas mais lembradas são as que merecem do consumidor os primeiros impulsos de compra, quando presentes no mercado.

Eles também são unânimes ao afirmar que um forte investimento em marketing e um servi-





Em 28 anos, impulsionamos:
o desempenho de milhões de animais,
o sucesso de nossos clientes e
o reconhecimento da nossa marca.

**A Tortuga® foi eleita, pela 28ª vez consecutiva,
a marca Top of Mind na categoria Sal Mineral.**

Essa conquista reafirma a relevância da nossa linha de produtos e a eficiência da nossa suplementação nutricional. Mais produtividade animal, mais lucro para nossos clientes e mais um prêmio em nossa trajetória vitoriosa.

Saiba como a Tortuga® pode impulsionar sua atividade.
Converse com a maior equipe de campo do mercado.



Acompanhe nossas
redes sociais e fique
por dentro das novidades.

Imagem do Centro de Inovação Tortuga, onde novas tecnologias
nutricionais têm sua eficiência comprovada por pesquisadores.

dsm-firmenich 



ço totalmente dedicado ao cliente podem e devem fazer toda a diferença de uma imagem sólida, principalmente, para sobreviver em meio a uma constante avalanche de novos produtos. Diretores, gerentes de marketing e especialistas no segmento apontam o caminho e a receita de sucesso que eles traçaram e fizeram para obter o reconhecimento.

História de sucesso e credibilidade

A pesquisa Top of Mind Rural é realizada e divulgada anualmente pela Revista Rural desde 1998. Trata-se de uma ferramenta importante para aferir a eficiência do trabalho de marketing realizado pelas principais

empresas que atuam no agronegócio. As entrevistas são realizadas exclusivamente por telefone, com leitores da revista e, a partir deste ano, também com assinantes da Ruralflix, o novo serviço de streaming da Revista Rural.

A pesquisa visa obter respostas espontâneas, sem indução. O entrevistado é orientado a responder o primeiro nome que vier a cabeça em cada item consultado. Desse modo, mesmo as respostas erradas ou distorcidas são consideradas para uso na apuração.

Durante a entrevista, o entrevistado é informado também que não é obrigado a responder todos os itens, podendo passar aqueles em que nenhum nome lhe venha a cabeça. Respostas muito demoradas também são descartadas.

A confiança de quem planta
é nossa verdadeira conquista.

ENGEO PLENO[®]S

Marca mais lembrada no Top Of Mind Rural 2025.



APONTE A CÂMERA
DO CELULAR
PARA SABER MAIS



c.a.s.a.

0800 704 4304

www.portal.syngenta.com.br

PARA RESTRIÇÃO DE USO NO ESTADO DO PARANÁ, CONSULTE A BULA.



Topofmind

NUNCA FOI SORTE.
SEMPRE FOI ENGEO PLENO[®]S.

 **EngeoPleno[®]S**

syngenta.

ATENÇÃO

ESTE 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; E UTILIZE OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL.



WANDERSON TOSTA,
DIRETOR DE MARKETING
DA JACTO.

e tudo o que a gente desenvolve com o objetivo de atender a necessidade do produtor tem um reflexo nesse reconhecimento que nós recebemos” afirma Wanderson Tosta, diretor de marketing da Jacto.

Para ele, dentre os desafios do mercado, está se manter cada vez mais em evidência, com pesquisa e desenvolvimento, criando novas tecnologias que ajudem o produtor a fazer o seu trabalho melhor no campo, a economizar insumos, custos, para que eles se mantenham competitivos. “Nosso objetivo é sempre atender melhor o produtor e isso requer

das pelo entrevistador sem que o entrevistado tome conhecimento. Todos os anos são abordados apenas produtores que nunca participaram de edições anteriores da pesquisa.

As festas de premiação, realizadas tradicionalmente em julho, reúnem a nata do agronegócio e o troféu conferido aos vencedores tornou-se um dos maiores e mais tradicionais prêmios do marketing rural brasileiro.

Coroação de um trabalho

“A Jacto tem 77 anos de presença no mercado e para atender o produtor junto, com o produtor, ao lado do produtor. Isso é um trabalho de longo prazo. Eu acredito que todas as tecnologias

pesquisa, desenvolvimento, estar sempre na vanguarda da tecnologia”.

De acordo com Tosta, hoje as máquinas avançaram muito: “Tem muita tecnologia embarcada nos produtos, fora dos produtos, e esse ambiente todo de produção agrícola, a gente precisa estar cada vez mais oferecendo de uma forma simples para o produtor, para que ele possa adotar isso e ter sucesso no seu trabalho, no dia a dia”.

Há vários anos a empresa é destaque na categoria Pulverizadores. “Nós já fabricamos muitos pulverizadores, de muitos modelos e estivemos presentes no mundo todo. Tem pulverizadores para cereais, para culturas perenes, para pecuária, uma exten-

Aconteceu de novo: o portfólio da Boehringer Ingelheim está na cabeça e no coração do povo!



Mais um ano consecutivo que Ivomec® e Eqvalan®
recebem o prêmio Top of Mind Rural como as marcas
mais lembradas quando o assunto é proteção
e bem-estar de grandes animais.



Seu voto e sua
confiança tornaram
isso possível
outra vez.
Muito obrigado!



GUSTAVO NOGUEIRA,
GERENTE DE NEGÓCIOS
DA LINHA COMERCIAL
DA BELGO ARAMES

são bastante grande de produto. Eu acredito que o reconhecimento é fruto da nossa tradição, da nossa tecnologia, do nosso “know-how” em fazer equipamentos que realmente tenham qualidade de aplicação. A qualidade de aplicação é um grande foco no nosso desenvolvimento e esse reconhecimento é muito importante para nós, isso nos dá muita energia para seguir adiante nesse caminho”.

Muita tradição em jogo

A Belgo teve início em 1975, uma fusão estratégica entre a Bekaert, maior fabricante de arames do mundo, e AcelorMittal, o maior produtor de aço do mundo, juntando essas duas grandes gigantes do negócio na

Belgo Arames. “De lá pra cá, a Belgo Arames veio se desenvolvendo. Ela atua em vários setores, desde agropecuária até o setor automotivo, construção civil, telecomunicação e energia. Nós temos uma forte atuação em vários setores”, conta Gustavo Nogueira, Gerente de Negócios da Linha Comercial da Belgo Arames.

“A gente costuma dizer que, mesmo imperceptível, a Belgo está presente no seu dia a dia, desde que você acorda em um colchão de mola, no calçado, na armação de um sutiã, no espiral de caderno, clipes, grampos, lâ de aço, que você usa para lavar a sua louça. Num carro, nós temos em torno de 27 quilos do nosso material, que vão em parafusos, no volante, no freio, no



Roundup®

REFERÊNCIA CONSTRUÍDA COM A TRADIÇÃO BAYER.



Top of mind
2025

Roundup® foi novamente

TOP OF MIND EM 2025

graças a décadas de trabalho
junto a um portfólio completo
que a Bayer oferece para
o manejo da sua lavoura.



CONHEÇA A LINHA COMPLETA DE HERBICIDAS

E CONTINUE CONFIANDO EM NOSSO COMPROMISSO
CONSTANTE COM A EVOLUÇÃO NO CAMPO.



Se é Soja, é Bayer.
Se é Bayer, é bom.

ATENÇÃO ESTE PRODUTO É PERIGOSO À SAÚDE HUMANA, ANIMAL E AO MEIO AMBIENTE; USO AGRÍCOLA; VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRONÔMICO; 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 RECEITA; E UTILIZE SEMPRE OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL.

Março 2025



Converse Bayer
0800 011 5560

Saiba mais em
agro.bayer.com.br

para-brisa. Então nós estamos presentes no dia a dia de todo mundo. É difícil você não estar em contato com algum dos nossos produtos”, afirma Nogueira, lembrando que a marca está comemorando 50 anos de existência.

“A importância do prêmio que nós recebemos do Top of Mind é justamente por tudo o que nós fazemos. Todo o nosso investimento em marketing, tecnologia e inovação é justamente para ter o reconhecimento do produtor, para ser uma marca lembrada. Pensou em soluções com arame, pensou em Belgo.

A gente recebe o prêmio com o orgulho de um trabalho bem realizado. Para nós, é uma satisfação muito grande ser reconhecida pelo produtor e estar na mente dele”.

O trabalho de marketing também é apontado pelo gerente como um pilar importante na solidificação do nome Belgo, e se adaptar às novas formas de comunicação é fundamental: “As gerações vêm mudando e, com

isso, vêm mudando também a forma de contato com essas gerações. A gente tinha uma turma antiga muito focada em jornal, rádio, televisão. Ela veio migrando, e hoje a gente tem um universo de meios de comunicação, principalmente o digital. Pensando nisso, a gente tem os aplicativos, tem os meios de comunicação e vem acompanhando essas movimentações. Nós lançamos encontros, todas as páginas digitais e estamos acompanhando a evolução e a mudança de gerações. Isso é importante para se manter no Top of Mind, não só no passado como no presente e no futuro”.

Um sucesso secular

A Kepler Weber é uma empresa que está completando 100 anos em 2025. Uma empresa que começou com muita resiliência dos fundadores, que migraram da Europa, em movimento intenso de alemães, austríacos, e fundaram uma ferraria. A partir disso começou uma jornada em que a



LUIZ FELIPE LEIDENS,
COORDENADOR DE
MARKETING DA
KEPLER WEBER

BRANCO, MAIS UMA VEZ
TOP OF MIND EM MOTOBOMBAS.

Branco

**E AGORA TAMBÉM
TOP OF MIND EM
MOTOCULTIVADORES!**



A pesquisa visa obter respostas espontâneas, sem indução. O entrevistado é orientado a responder o primeiro nome que vier a cabeça em cada item consultado.

empresa foi se reinventando e entrou de vez no mercado de armazenagem e beneficiamento na década de 50. "Nós somos a vanguarda desse segmento aqui no Brasil e somos líderes de mercado na América Latina. Para nós, é um grande privilégio comemorar os 100 anos em 2025, trazendo novidades e celebrando também mais um prêmio Top of Mind", celebra Luiz Felipe Leidens, Coordenador de Marketing da Kepler Weber. Ele destaca a importância do Top of Mind recebido em um ano tão significativo

para a companhia: "Para nós é motivo de muito orgulho. A gente tem recebido com frequência a premiação do Top of Mind e isso é um reconhecimento do leitor da revista, que é o nosso cliente, que é o produtor rural. Então para nós é uma chancela muito importante de que estamos no caminho certo, trazendo aquilo que o produtor está buscando".

Leidens conta que a Kepler Weber também faz algumas outras pesquisas para aferir seu posicionamento no mercado. "O nosso ponto forte é o índice de satisfa-



NOVORMON®

I A
T F

CONFIANÇA

O RESULTADO QUE VOCÊ REALMENTE ESPERA DA IATF. SEM SURPRESAS!



DISPONÍVEL EM
100 ML E 25 ML.



ACESSE
O VÍDEO
COMPLETO.

zoetis



ção do nosso cliente, que tem aumentado anualmente e isso para nós é muito importante. Mostra que o público consumidor está satisfeito com a marca e está nos recomendando a outros potenciais clientes. Para nós, nada é mais importante do que atender as demandas do produtor rural, atender as demandas das cooperativas, da agroindústria, do mercado agro. O mercado está cada vez mais se reinventando, se industrializando”.

E o grande sucesso, de acordo com o representante da empresa, não é motivo para acomodação. "A Kepler divulgou no ano passado um plano estratégico para 2030, que a gente tá trabalhando ano a ano baseado em três pilares. O primeiro é o fortalecimento da nossa liderança. Nós somos lí-

der de mercado aqui na América Latina e nós temos um braço do nosso plano estratégico voltado para fortalecer essa liderança com novos produtos, com inovações, com ofertas de serviços. Agora anunciamos o pacote de serviços na parceria da Procer com a XP Investimentos, que é um serviço financeiro que busca aumentar a rentabilidade do produtor com serviços de head dentro dos clientes que tem o sistema Procer e têm esse monitoramento. Todas essas estratégias vêm ao encontro do nosso cliente para fortalecer a liderança”.

Um dos caminhos promissores para consolidação do mercado de armazenagem é o modelo de aluguel de silos. "A gente tem feito alguns movimentos, e estamos avançando nesse pilar”.



anos

1925 a 2025

Aos leitores, nossa gratidão pelo reconhecimento. Celebrar um século de história sendo Top of Mind é a prova de que crescemos juntos, com confiança e inovação.

Seguimos firmes, prontos para mais 100 anos ao lado de quem acredita no futuro do agronegócio.



ASSISTA ÀS
JORNADAS ÉPICAS DA
KEPLER WEBER



ASSISTA À HISTÓRIA
DA KEPLER DESDE A
SUA FUNDAÇÃO.

KEPLERWEBER

CONECTANDO GERAÇÕES

 kepler.com.br

 55 3375-9800

     /keplerweber



MAYARA AMARAL,
GERENTE DE
MARKETING DA
BRANCO

Repaginando a marca

Uma das ganhadoras do Top of Mind deste ano, a Branco passou por um grande transformação de imagem recentemente, deixando de ser “Branco Motores”, para ser simplesmente, “Branco”. A medida se mostrou acertada e, além de confirmar a força que a companhia tem há vários anos no segmento de motobombas, ela conquistou o primeiro lugar na recém criada categoria motocultivadores, onde seu produto, o Tratorito, é quase uma instituição no mercado.

“A Branco está muito feliz e realizada em estar mais uma vez na mente dos nossos consumidores. Isso é muito importante, porque reforça o nosso posicionamento de marca, que vai com-

pletar 90 anos de mercado em 2026, e mostra o compromisso que a gente tem com os nossos consumidores, de oferecer um produto de qualidade e eficiente, que traz um propósito maior para o produtor rural que utiliza nosso equipamento”, garante Mayara Amaral, Gerente de Marketing da Branco.

Ela enumera as razões da marca conquistar tanto prestígio junto ao mercado em que atua. “A Branco adota várias estratégias para conquistar e estar mais perto do nosso consumidor. A gente tem produtos de qualidade, a maior rede de assistência técnica do Brasil, muito investimento em marketing e um time completo para ser o melhor suporte e o melhor parceiro de negócio”.

Vitagold® é o fortificante mais lembrado pelo produtor!

A **JA Saúde Animal** foi destaque no **Top of Mind 2025** da Revista Rural com a linha **VITAGOLD** nas categorias de fortificantes de suínos e fortificantes de aves.

Nosso muito obrigado!

✓ **Suplemento vitamínico de alta performance**



JA Play
Conheça a nossa plataforma e tenha acesso ao mais completo e intuitivo conteúdo em saúde animal do Brasil!





Figurinha carimbada

Quando se trata do quesito motosserras e roçadeiras, o produtor lembra da STIHL. Isso, há muito tempo, fazendo da empresa uma presença habitual na pesquisa realizada pela Revista Rural. O Gerente Regional de Vendas Sudeste da STIHL, André Zanetti, conta quais são as estratégias que a companhia usa para alcançar esse destaque: "Desde o início da marca, dedicamos muita atenção à qualidade dos produtos, oferecer um atendimento diferenciado para nossos clientes, sempre com tecnologia. A marca tem o cliente no centro. Esse é o grande segredo" explica Zanetti, afirmando

também que os clientes encontram o que há de mais moderno nos equipamentos, que apresentam menor vibração, maior economia, uma entrega de potência sempre muito equilibrada com o peso. "A STIHL está sempre inovando e à frente no mercado".

Outra marca que há muito tempo vem sendo sinônimo de prestí-

ANDRÉ ZANETTI, GERENTE REGIONAL
DE VENDAS SUDESTE DA STIHL



No campo e na lembrança: somos Top mais uma vez!

Onde há confiança, a qualidade permanece.



Topofmind

Agradecemos o reconhecimento da Topseed,
eleita novamente no Top of Mind 2025, na categoria
Fornecedores de Sementes para HF.

Uma conquista que é
fruto de muita pesquisa e
preferência do produtor.



Acesse o QR Code
e acompanhe a jornada
de cada cultivar, da
Agristar até a colheita.

TOPSEED
Premium
TECNOLOGIA EM SEMENTES

TOPSEED
TRADIÇÃO EM SEMENTES



gio de máquinas, nas categorias colhedora de forragens e enfardadeiras, é a JF Máquinas. "Para nós, é sempre muito importante estar sempre na cabeça do produtor rural, afinal isso leva o nosso slogan que é: ser a solução para o produtor. Ganhar essa premiação é sinal de que as coisas estão caminhando bem, é sinal que as coisas estão dando certo", avalia Wellington Costa, Líder de marketing da JF Máquinas.

O sucesso, de acordo com ele, não se deve apenas a elevada qualidade dos produtos oferecidos pela marca, mas também por um eficiente e estratégico trabalho de comunicação. "A gente vem com um marketing específico, para cada vez mais estar na cabeça do produtor rural, das nossas revendas parceiras, dos nossos amigos e fãs da marca JF, que é muito reconhecida, tanto no meio digital

como boca a boca. Então, é muito importante para nós receber essa grande premiação da Revista Rural".

Com a evolução constante das máquinas e da tecnologia, o marketing tem como desafio manter o nome da empresa sempre em evidência. "Todo ano a gente vem com novidades. A JF Máquinas é líder mundial em colhedoras de forragens. Ela em si, já vende por si só. É até legal fazer um marketing em cima disso, porque, em tese, não demanda tanto nosso esforço. Mas a JF tem uma linha completa de maquinários. São seis linhas nacionais, como colhedora de forragens, que a líder mundial de vendas, tem vagões misturadores, distribuidor e semeadeira. Tem ainda a parte de armazenagem em compactação, fenação, que é o que a gente mais vende no mercado brasileiro e exportamos para mais de 70 países também".



Escolhida por quem mais entende: **você!**

Com orgulho, anunciamos que somos vencedores
do Top of Mind Rural 2025, pela 5ª vez consecutiva.

Categorias premiadas:



Vitâmnicos para equinos



Brincos mosquicidas

Essa conquista **reflete a confiança** dos nossos parceiros,
e compromisso contínuo com o bem-estar animal.





Genuinamente brasileiro

O cambuci é um fruto da Mata Atlântica, que vem conquistando mercados pelo Brasil

Texto: Roanna Kerbe • Fotos: Davi Canto





Com um formato peculiar que lembra um disco voador, o cambuci, fruto nativo da Mata Atlântica, está longe de ser algo extraterrestre. Pelo contrário, ele fincou raízes e vem ganhando cada vez mais espaço, tanto em preparos culinários quanto em formulações da indústria cosmética, impulsionado por iniciativas como a da Fazenda Campo Alto, em Piedade, interior de São Paulo.

Na fazenda, o sócio-proprietário Christian Kleist Constan-

tino explora as nuances dessa fruta. Apesar da ausência de estudos científicos que classifiquem suas variedades, a experiência prática revela diferenças notáveis. "Tem frutas que são menores e mais bojudas, outras são maiores, elas não são tão altas, são mais lar-

gas. E temos variedades que chegam a praticamente quase meio quilo", relata Christian. Uma das constatações é que os frutos menores tendem a ser menos ácidos, uma característica impor-



Os frutos menores de cambuci tendem a ser menos ácidos, uma característica importante, já que o fruto possui um sabor que remete ao limão.

tante, já que o cambuci possui um sabor que remete ao limão, permitindo até o consumo in natura para apreciadores de um toque mais cítrico.

Para quem decide cultivar cambuci, a escolha da muda é um ponto importante. Atualmente, as mudas são propagadas por sementes, e existem opções tanto dos cambucis maiores e mais ácidos quanto dos

menores e mais adocicados. "Depende do que você vai fazer com Cambuci. Eu acredito que uma vez que você faça a polpa ambos são bons. Agora, cada um tem um público-alvo, né? Aí cabe a pessoa escolher", pondera Christian, que comercializa todas as variedades pelo mesmo preço e com boa saída.

Um pé de cambuci pode ser uma adição interessante para

A SOLUÇÃO PARA O PRODUTOR!

NÓS LEVAMOS O SEU TRABALHO A SÉRIO E VOCÊ?

Equipamentos de altíssima qualidade são essenciais para garantir eficiência, produtividade e segurança no dia a dia do produtor rural. A JF Máquinas oferece soluções completas com suas linhas de Colhedoras de Forragens, Vagões Misturadores, Distribuidores de Fertilizantes e Semeadeiras, Linha de Ferção, Compactação e Armazenagem, Vagões Forrageiros e Máquinas Estacionárias. Cada máquina é desenvolvida para atender às necessidades do produtor com tecnologia, durabilidade e confiança.





CHRISTIAN KLEIST
CONSTANTINO, SÓCIO-
PROPRIETÁRIO DA
FAZENDA CAMPO
ALTO, EM PIEDADE/SP:
"TEM FRUTAS QUE
SÃO MENORES E MAIS
BOJUDAS, OUTRAS
SÃO MAIORES, ELAS
NÃO SÃO TÃO ALTAS,
SÃO MAIS LARGAS. E
TEMOS VARIEDADES
QUE CHEGAM A
PRATICAMENTE
QUASE MEIO QUILO".

sítios, oferecendo frutos para diversas finalidades, desde a produção artesanal de cachaça e mousses até temperos para carne. O tamanho do fruto não influencia significativamente na produção por árvore. No entanto, a relação entre o solo e as características da fruta ainda demanda estudos mais aprofundados.

O espaçamento entre as árvores é um fator que impacta diretamente a produção, sendo recomendado um plantio com distância de 5x5 metros. Na Fazenda Campo Alto, árvores plantadas há 30 anos em covas bem adubadas demonstram um crescimento vigoroso. Em plantios mais recentes, a técnica de cova foi dispensada, priorizando a adubação com calcário dolomítico e yoorin.

O cambuci é uma espécie que aprecia sombra, sendo considerada uma árvore secundária. Um local com meia sombra e o plantio na época chuvosa são ideais para o seu desenvolvimento.

A colheita ocorre ao longo de três meses, geralmente de fevereiro a abril, podendo variar con-



Topofmind
2025

SOLUÇÕES PARA QUEM PRODUZ

Agradecemos a todos por confiarem em nós! Esse prêmio nos lembra que estamos aqui por algo maior: fortalecer o agro com tecnologia e respeito.
A COIMMA segue firme no propósito de oferecer as melhores soluções para quem produz.

 **MEGATRON^{5.0}**
TRONCO HIDRAULICO COIMMA

BALANÇAS 
RODOVIARIAS



ROBUST



TRONCO ROBUST PLUS
AMERICANO



TRONCO CONVENCIONAL



TRONCO SERTANEJO



(18) 3821 9900 

WWW.COIMMA.COM.BR



forme as condições climáticas de cada ano. Curiosamente, a adubação tradicional não é uma prática essencial na fazenda, já que a rica matéria orgânica do solo é fornecida pela decomposição das folhas de pinus, eucaliptos e outras árvores nativas que circundam o plantio.

Manejo sustentável

A Fazenda Campo Alto adota a diversificação de culturas, evitando a monocultura, o que dificulta o surgimento de pragas e doenças. O cultivo do cambucizeiro também se mostra uma alternativa promissora para o reflorestamento, atraindo constantemente a fauna sil-

vestre local. A região onde a fazenda está localizada, em um ponto alto da Mata Atlântica, com convergência de ventos do mar e do interior, possui um clima propício ao cambuci, com bastante chuva. No entanto, as mudanças climáticas têm apresentado desafios. "O clima tá mais extremo, a natureza está mais nervosa com a gente. Então fica muito tempo sem chover e quando chove é muito forte", observa Christian, recordando um forte vendaval que comprometeu grande parte da safra há alguns anos. A necessidade de congelamento da fruta madura torna a perda ainda mais significativa.

Por ser uma planta nativa, o cambuci geralmente não sofre



Um pé de cambuci pode ser uma adição interessante para sítios, oferecendo frutos para diversas finalidades, desde a produção artesanal de cachaça e mousses até temperos para carne.

com doenças endêmicas, especialmente em plantios diversificados. O maior problema enfrentado recentemente foi o surgimento da mosca da fruta após a pandemia, causando prejuízos significativos. Para combater a praga de forma agroecológica, a fazenda utiliza armadilhas caseiras feitas com garrafas plásticas e laranjas batidas com açúcar. Essa armadilha atrai as moscas pela fermentação e o tamanho ideal

dos furos evita que insetos maiores e benéficos, como abelhas, sejam capturados.

A poda é outra questão complexa no manejo do cambuci, devido à falta de estudos específicos sobre a espécie. Na propriedade, as tentativas de podar as árvores para facilitar a colheita resultaram em longos períodos sem produção, além do crescimento ter sido ainda maior do que quando não foram podadas. Novos testes de poda



Através do Empório Mata Atlântica, o Instituto Auá promove o consumo de frutos nativos, incluindo o cambuci em picolés, cremes, polpas e frutos congelados.

estão sendo planejados para otimizar o manejo da altura das árvores. A maturação do cambuci ocorre apenas no pé, dependendo da variedade, basta chacoalhar a árvore para que a fruta caia. Porém, há casos em que os frutos não caem sozinhos e o escoramento de galhos é fundamental para evitar que o peso os quebre.

Apesar dos desafios, a Fazenda Campo Alto vislumbra um futuro promissor para o cam-

buci, com planos de expandir a comercialização para além da fruta congelada, incluindo polpas e mudas.

Uma conquista recente

A produção de mudas de cambuci foi um desafio superado recentemente na fazenda. Após anos de tentativas com diferentes métodos de secagem e tratamento das sementes, finalmente se encontrou uma

LÍDER NO MERCADO DE SEMENTES FORRAGEIRAS



Top of Mind 2025

23 vezes
campeã

Categoria Sementes
para Pastagens.

7 vezes
campeã

Categoria Integração
Lavoura-Pecuária.



Aponte a câmera
do seu celular
para o QR Code.

ESTABELECIDO EM 1948

MATSUDA



técnica eficaz. "Agora, finalmente, a gente aprendeu a fazer muda de Cambuci", comemora Christian. O processo consiste em abrir o fruto maduro, separar as sementes da polpa (idealmente utilizando uma peneira), lavar as sementes e plantá-las imediatamente na areia, mantendo a umidade constante. A germinação do cambuci é lenta e muitas sementes não vingam, mas a fazenda agora consegue produzir mudas para venda comercial, sob encomenda.

As mudas permanecem na areia até desenvolverem cerca de quatro folhas, sendo então transferidas para saquinhos. Com um ano de idade, atingem

um tamanho adequado para o plantio definitivo no solo, a partir de um metro de altura. Embora seja uma árvore grande, o cambuci também pode ser cultivado em vasos, desde que em áreas sombreadas, com solo um pouco ácido e rico em matéria orgânica.

Garantindo a qualidade

No local de processamento da fazenda, o cambuci colhido passa por etapas de pré-lavagem, seleção para descartar frutos danificados e higienização em tanques de inox com cloro. Após a lavagem para remover o produto de higieniza-



ção, os frutos são congelados rapidamente, para facilitar a pesagem e embalagem com datação.

A descoberta do potencial comercial do cambuci na Fazenda Campo Alto ocorreu em 2010, levando à decisão de ampliar o plantio. Em 2017, a parceria com o Instituto Auá de Empreendedorismo Socioambiental impulsionou a comercialização da fruta, que ainda é pouco conhecida. "É difícil você vender sozinho uma fruta que ninguém conhece, então a gente precisa unir forças, unir os produtores e ter o Instituto para nos apoiar

FERNANDO CARMINO DE CASTRO,
COORDENADOR COMERCIAL
DO INSTITUTO AUÁ





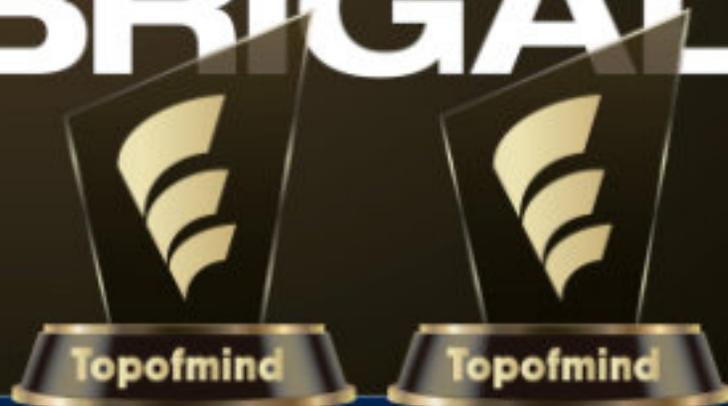
com pesquisa, com divulgação", explica Christian.

O Instituto Auá desempenha um papel fundamental na divulgação do cambuci, tanto para o público consumidor quanto para incentivar novos produtores. Através de projetos de educação ambiental e do Empório Mata Atlântica, a instituição promove o conhecimento e o consumo de frutos nativos, incluindo o cambuci em picolés, cremes, polpas e frutos congelados. "Através das parcerias comerciais com a venda dos frutos, das polpas, dos cremes, dos sorvetes, a gente consegue chegar e divulgar esse projeto para mais pessoas e a gente consegue mostrar também o que é legal que é possível a gente preservar, mantendo a sustentabilidade", destaca Fernando Carmino de Castro, coordenador comercial do Instituto Auá.

Uma das iniciativas de destaque do instituto é a Rota do Cambuci, um festival gastronômico itinerante que reúne cerca de 21 produtores artesanais, promovendo não apenas o cambuci, mas também outros frutos nativos em diversas cidades do estado de São Paulo, gerando renda para as comunidades locais e divulgando o saber tradicional.

Para Christian, apesar das dificuldades da agricultura, a persistência e o apoio de iniciativas como o Instituto Auá são cruciais. O desejo é que uma grande indústria brasileira abrace a causa do cambuci, impulsionando a produção em escala e popularizando o consumo. Para ele, cultivar cambuci na propriedade, que pertence à família desde 1964, é motivo de alegria e esperança para as futuras gerações.

OBRIGADA!



**Pelo segundo ano consecutivo,
somos a vencedora da categoria rações!**



Saber que somos a primeira marca que vem à cabeça dos consumidores, reforça que **nosso compromisso vai além da nutrição animal!**



Acreditamos que somos protagonistas de um planeta melhor para os animais, para o meio ambiente e para as pessoas.



Este prêmio é motivo de grande orgulho para nós seguirmos desenvolvendo **soluções que gerem os melhores resultados!**



Acesse e
saiba mais:
guabi.com.br







Equilíbrio total

Fazendas pantaneiras sustentáveis mostram que é possível produzir sem agredir o meio ambiente



A Fazenda Bela Vista, no município de Poconé /MT, pertence aos produtores Márcio Granja Souza Vieira e Fábio Dorileo Vieira (pai e filho), e também a José Benedito de Arruda e Silva, conhecido como Juquinha, do Grupo Morada da Serra. A propriedade familiar é símbolo de tradição, manejo familiar e preocupação com a sucessão geracional.

"Desde novo a gente ia para a fazenda nas férias e ficava com meus avós. Hoje, tenho orgulho de seguir esse legado e acredito que o Pantanal ainda será casa dos nossos filhos e netos. Produzir e conservar podem andar juntos quando respeitamos nossas raízes", afirmou Fábio Vieira, que divide a rotina entre o trabalho como servidor público em Cuiabá e o manejo na fazenda nos fins de semana.

A propriedade conta com apoio do programa FPS. Márcio Vieira destacou que o trabalho desenvolvido é um alento em meio aos desafios enfrentados pelos produtores pantaneiros: "Viver no Pantanal é resistir. A gente ama essa terra, mas não é fácil. Com a FPS, a gente volta a ter esperança. Eles nos ajudam a mostrar que é possível cuidar do Pantanal e ainda manter a tradição viva".

O Programa Fazenda Pantaneira Sustentável (FPS) é um projeto piloto do Sistema Famato - Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Mato Grosso, que visa apoiar produtores rurais no bioma Pantanal, promovendo a sustentabilidade e o desenvolvimento econômico da região. O objetivo é diagnosticar e implementar práticas sustentáveis em propriedades

O Programa Fazenda Pantaneira Sustentável (FPS) é um projeto que visa apoiar produtores rurais no bioma Pantanal, promovendo a sustentabilidade e o desenvolvimento econômico da região.

rurais, buscando equilibrar a produção com a conservação ambiental e o bem-estar social.

A Bela Vista é uma herança que atravessa gerações. Foi herdada por Rudce Fátima Dorileo, esposa de Márcio Granja, considerada por ele e pelos filhos como o esteio da família.

O representante da Pontes Pantaneiras, André Restel, ressaltou que a proposta da coalizão é justamente valorizar o conhecimento e a prática dos pecuaristas pantaneiros: “A pecuária de baixo impacto, que está no Pantanal há cerca de 300 anos, é a que manteve esse bioma de pé. Nosso papel é agregar valor a esse modo de vida, permitindo que o pantaneiro continue sendo pantaneiro – com orgulho e com renda”.

Outro exemplo

A Pousada Piuval, localizada na região da Transpantaneira, em Poconé, passou a integrar recentemente o programa. Com 7 mil hectares de rica biodiversidade, a Pousada Piuval iniciou sua transição da pecuária tradicional para o turismo em 1989, ao receber os primeiros hóspedes

estrangeiros. Desde então, se consolidou como referência em turismo sustentável no Pantanal, sendo reconhecida nacionalmente com o Prêmio Braztoa de Sustentabilidade, em 2017.

A propriedade adota práticas ambientais como coleta seletiva, reaproveitamento de água e integra o Jaguar Identification Project, que permite a observação de onças-pintadas de forma responsável. A pousada tam-



Com a ausência de turistas durante a pandemia, o número de onças circulando na área aumentou, gerando novos desafios à produção pecuária.

bém oferece passeios com cavalos pantaneiros e experiências de imersão na fauna e flora locais.

Com a ausência de turistas durante a pandemia, o número de onças circulando na área aumentou, gerando novos desafios à produção pecuária. Com o apoio do Instituto Impacto, a fazenda tem investido em estratégias de coexistência e buscado parcerias para compensar os prejuízos causados

pela presença dos felinos, reforçando seu compromisso com a conservação da biodiversidade e o desenvolvimento sustentável do Pantanal.

“O Pantanal nos ensina que é possível produzir e conservar ao mesmo tempo. A visita à Pousada Piuval comprova que boas práticas sustentáveis são viáveis e favorecem diretamente a preservação do bioma”, destacou Bruno de Faria, gestor da ATeG do Senar-MT.



NOVA

L200 TRITON

TERRA

JUNTAMOS **PAIXÃO E FORÇA** PARA LANÇAR
UMA PICAPE FEITA PARA O CAMPO.

Terra 2019



4x4
É MITSUBISHI

PAIXÃO POR PICAPES

mitsubishimotors.com.br

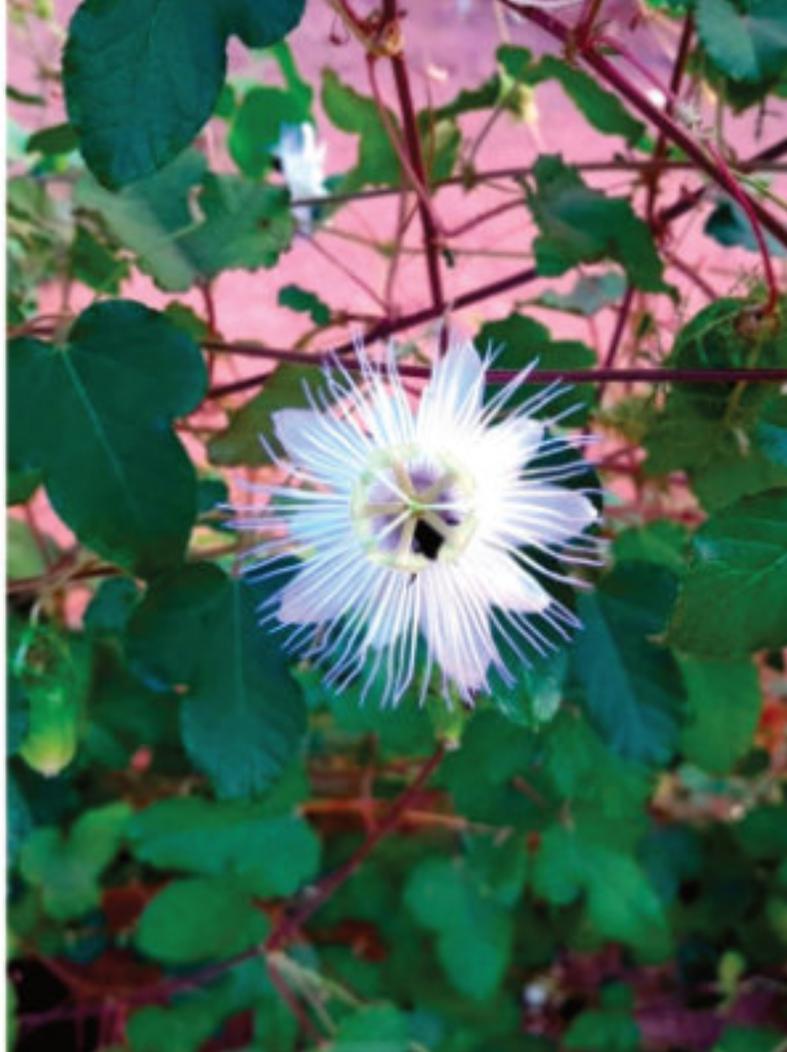

MITSUBISHI
MOTORS





Produção protegida

Embrapa e Ufersa disponibilizam cultivar de porta-enxerto de maracujá resistente à fusariose



A Embrapa e a Universidade Federal Rural do Semiárido (Ufersa) apresentaram na última quarta-feira (30), em Mossoró (RN), cultivar de porta-enxerto de maracujazeiro resistente à fusariose e tolerante a estresses hídrico e salino: a UFERSA BRSRM 153, validada no Rio Grande do Norte e na Bahia em condições do Semiárido e Cerrado. O evento foi realizado no auditório da Reitoria da Ufersa. Ao final do evento, foi realizada uma visita técnica na área de maracujá enxertado localizada na Fazenda Raio de Sol (Baraúna/RN).

O pesquisador Fábio Faleiro, chefe de TT da Embrapa Cerrados, participou do evento e destacou a relevância da par-

ceira e do estudo para a fruticultura brasileira. “Muitos produtores desistem do maracujá por causa da fusariose. Por isso, o desenvolvimento dessa cultivar de maracujá silvestre, para uso como porta-enxerto, representa um marco importante para a cultura no País”, afirmou. Segundo ele, a tecnologia já está sendo validada e adotada em vários estados da região nordeste e centro-oeste.

Segundo o professor Eudes Cardoso, da Ufersa, responsável pela pesquisa na instituição de ensino, o novo porta-enxerto representa uma solução sustentável. “Hoje é um dia ímpar na minha vida profissional. Poder, após vários anos de pesquisa, entregar ao produtor de



maracujá do Brasil uma planta resistente, tolerante, que ele pode plantar em áreas afetadas pela fusariose, é extremamente gratificante”, afirmou.

Características da cultivar

A cultivar foi obtida por meio do melhoramento genético convencional a partir de acessos e populações da espécie de maracujá silvestre *Passiflora foetida* L, conhecido popularmente como maracujá de estalo. Um ponto relevante para o processo de obtenção e lançamento da cultivar de porta-enxerto foi a busca de uma solução tecnológica para amenizar o sofrimento de produtores de maracujá com a fusariose em seus pomares na região da Caatinga e do Cerrado.

De acordo com o pesquisador Fábio Faleiro, as principais características desta cultivar trabalhadas no melhoramento genético foram a alta produtividade e germinação de sementes, a resistência à fusariose, a compatibilidade do por-

FÁBIO FALEIRO, PESQUISADOR DA EMBRAPA CERRADOS: “AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DESTA CULTIVAR TRABALHADA NO MELHORAMENTO GENÉTICO FOI A ALTA PRODUTIVIDADE E GERMINAÇÃO DE SEMENTES, A RESISTÊNCIA À FUSARIOSE, A COMPATIBILIDADE DO PORTA-ENXERTO COM CULTIVARES COPA DE MARACUJAZEIRO AZEDO E O DESEMPENHO AGRÔNOMICO DAS MUDAS ENXERTADAS EM RELAÇÃO ÀS MUDAS OBTIDAS POR SEMENTES”.



EUDES CARDOSO,
DA UFERSA,
RESPONSÁVEL PELA
PESQUISA NA
INSTITUIÇÃO DE
ENSINO: “O NOVO
PORTA-ENXERTO
REPRESENTA UMA
SOLUÇÃO
SUSTENTÁVEL.
É UMA PLANTA
RESISTENTE,
TOLERANTE, QUE ELE
PODE PLANTAR EM
ÁREAS AFETADAS PELA
FUSARIOSE”.

ta-enxerto com cultivares copa de maracujazeiro azedo e o desempenho agrônômico das mudas enxertadas em relação às mudas obtidas por sementes.

A validação da resistência à fusariose foi realizada em condições de laboratório, campos experimentais e plantações comerciais na região Nordeste e a validação está sendo realizada em outras regiões do Brasil com histórico de ocorrência da fusariose para a extensão da recomendação. Com base nos resultados positivos do desempenho agrônômico, a cultivar foi registrada (RNC N° 54598 de 18/07/2023) no Ministério da Agricultura e Pecuária.

Origem do nome

A denominação da cultivar de porta-enxerto UFERSA BRSRM 153 presta uma homenagem aos fatos históricos que ocorreram em Mossoró, RN. O termo RM 153 (Resistente de Mossoró) faz uma alusão aos 153 homens que resistiram à in-



DUNAMIS

Um produto exclusivo da
Milagro Agro Brasil

VEJA O PODER NA SUA PASTAGEM

Dunamis é a semente forrageira que possui 7 benefícios a mais que a Marandu.

- Apresenta crescimento inicial muito superior ao Marandu;
- Suporta períodos de 15 a 30 dias de encharcamento;
- Adaptado a solos com baixa fertilidade (pH 4,8 x 5,5), solos arenosos com alta declividade propensos a erosão;
- Alta resistência ao fungo da Rhizoctonia;
- Alta resistência a cigarrinha da pastagem;
- Alta capacidade de produzir perfilhos e Estoloes que enraizam no solo;
- Melhor cobertura de solo



WhatsApp: +55 (38) 99839-6195

Acesse nosso site: www.milagroagrobrasil.com.br
Siga nas redes sociais: @milagroagrobrasil


MilAGRO
AGROBRASIL

A cultivar foi obtida por meio do melhoramento genético convencional a partir de acessos e populações da espécie de maracujá silvestre *Passiflora foetida* L, conhecido popularmente como maracujá de estalo.

vasão do bando do cangaceiro Lampião a Mossoró, no dia 13 de junho de 1927. Neste dia, em uma batalha conhecida como "Batismo de Fogo de Mossoró", os cangaceiros encontraram uma trincheira montada em frente à Igreja de São Vicente, localizada no Centro de Mossoró. Dessa forma, Mossoró foi a primeira cidade a resistir ao rei do cangaço.

Esse ato heroico marca o começo de uma história que iria se espalhar por todo o Nordeste e marcar o início da queda do rei do cangaço. "Fazendo um paralelo com a fusariose do maracujá, a cultivar UFERSA BRSRM 153 marca o início de uma luta contra uma doença que é um verdadeiro pesadelo para os



produtores de maracujá no Nordeste e em outras regiões do Brasil", afirmou Faleiro.

Os interessados em mudas enxertadas podem entrar em contato com o Viveiro CitroSol (84 99998 3120) que é parceiro da pesquisa no ajuste do sistema de produção de sementes da cultivar UFERSA

BRSRM 153 e de produção de mudas enxertadas.

Esse viveiro também é parceiro no processo de ampliação da validação da cultivar em outras regiões do Brasil com produção de maracujá e histórico de ocorrência da fusariose. O trabalho no momento está sendo conduzido no sentido de ampliar essas regiões de validação da cultivar e acertar a logística de produção de sementes e mudas.

Espigas em risco

Antracnose no milho pode comprometer produtividade agrícola e pressionar preços no agronegócio.

Uma análise recente em países da América e Europa identificou surtos de antracnose em lavouras de milho — uma doença fúngica que pode ser transmitida por sementes contaminadas.

A ameaça preocupa especialistas pela sua capacidade de comprometer seriamente a produtividade e impactar diretamente a segurança alimentar global, além de elevar os custos da cadeia agropecuária, como a produção de ração

animal. No Brasil, a segunda safra 2023/24 registrou uma queda de 7,78% na produtividade, segundo a Conab. Embora haja projeções otimistas para 2024/25, com expectativa de leve recuperação, o avanço ainda é considerado tímido diante da disseminação da doença.

Nos Estados Unidos, a produtividade do milho segue em alta, batendo recordes. Já no Brasil, o cenário exige maior atenção, especial-





A antracnose pode ser silenciosa no início, mas compromete fortemente a lavoura se não for controlada com o defensivo correto.

mente no uso de defensivos agrícolas para conter a antracnose. A EEmovel Agro, plataforma especializada em inteligência de mercado, avaliou o potencial de investimento em defensivos agrícolas nos principais estados produtores: no Mato Grosso, onde há cerca de 6 milhões de hectares cultivados, o potencial ultrapassa R\$ 2,3 bilhões; no Paraná, esse valor pode chegar a R\$ 2,5 bilhões, considerando os custos operacionais locais.

“Estamos diante de um cenário de alerta. A antracnose pode ser

silenciosa no início, mas compromete fortemente a lavoura se não for controlada com o defensivo correto. A Inteligência de Mercado tem papel fundamental para que as inovações que previnem essa peste possam chegar até o produtor rural”, afirma Luiz Almeida, diretor de operação da EEmovel Agro. A recomendação é que produtores estejam atentos aos sinais da doença e utilizem tecnologias de monitoramento e produtos adequados para evitar prejuízos ainda maiores nas próximas safras.



**HÁ 65 ANOS, INOVAMOS PELA PECUÁRIA
E CONTINUAMOS ESCREVENDO UMA HISTÓRIA
DE RAÇA, FORÇA E FÉ COM VOCÊ.**



Linha Pastagem™

65 anos de inovação
na pecuária.



Topofmind

**A Corteva Agriscience é Top Of Mind Rural 2025
na categoria Defensivos para Pastagem.**

Agradecemos a todos os pecuaristas por confiarem
em nosso trabalho e por fazerem parte dessa história.

0800 772 2492 | saiba mais: corteva.com.br

™ e Marcas registradas da Corteva Agriscience e de suas companhias afiliadas. ©2025 Corteva.

 **CORTEVA™**
agriscience



A STIHL ESTÁ NA LEMBRANÇA DOS PRODUTORES PORQUE FAZ PARTE DO SEU DIA A DIA

Mais uma vez, a STIHL é Top of Mind Rural, prêmio da Revista Rural, nas categorias Motosserras e Roçadeiras. Esse reconhecimento é resultado de uma parceria que se fortalece diariamente, sempre que o produtor rural encontra em cada um de nossos produtos um aliado para o seu trabalho. Obrigado a todos pela confiança.



Top of mind



@STIHLBRASIL



STIHL BRASIL



@STIHL0FICIAL

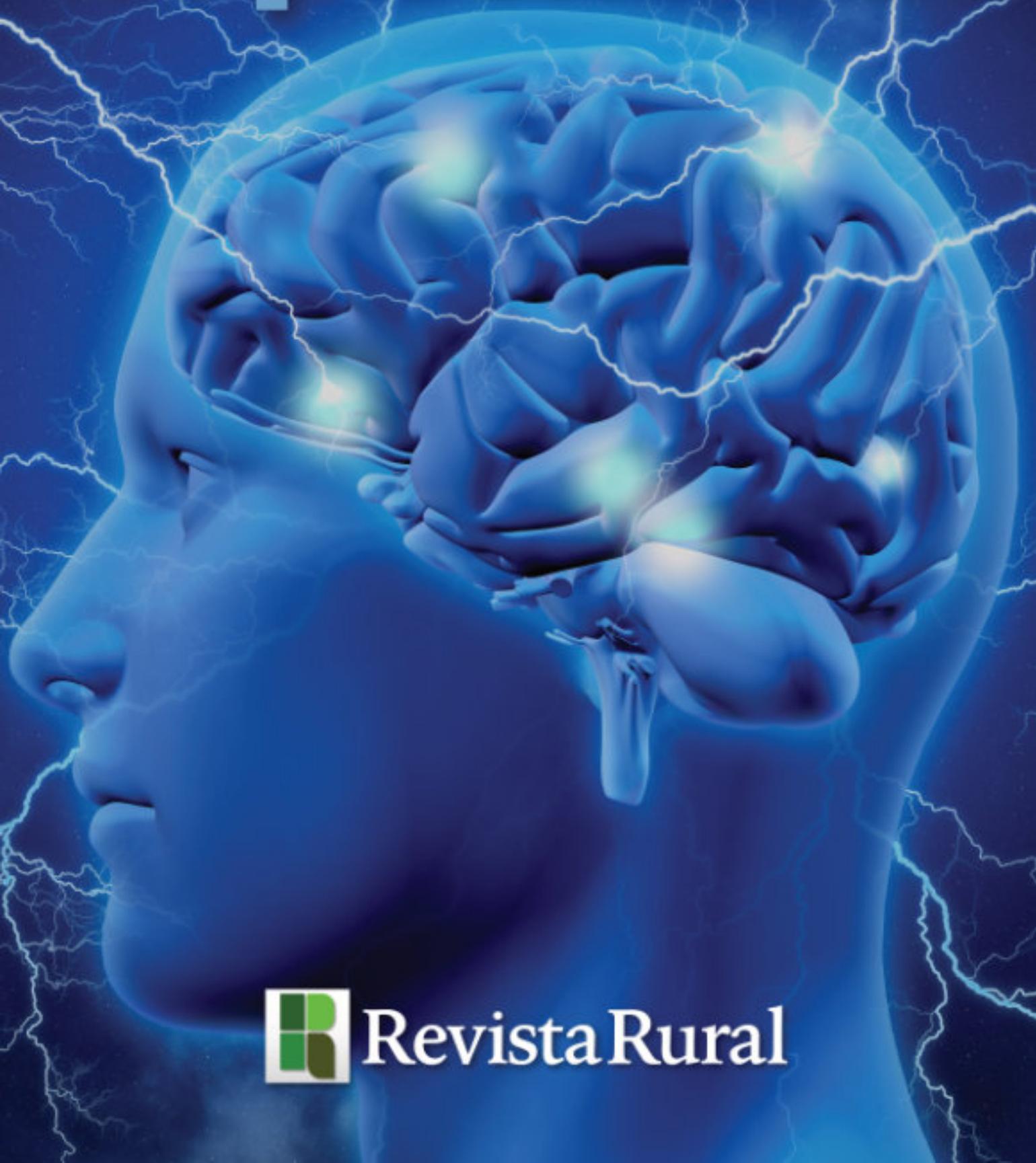


STIHL BRASIL OFICIAL

STIHL.COM.BR

STIHL

top of mind



Revista Rural



**HÁ 65 ANOS, INOVAMOS PELA PECUÁRIA
E CONTINUAMOS ESCREVENDO UMA HISTÓRIA
DE RAÇA, FORÇA E FÉ COM VOCÊ.**



Linha Pastagem™

65 anos de inovação
na pecuária.



Topofmind

**A Corteva Agriscience é Top Of Mind Rural 2025
na categoria Defensivos para Pastagem.**

Agradecemos a todos os pecuaristas por confiarem
em nosso trabalho e por fazerem parte dessa história.

0800 772 2492 | saiba mais: corteva.com.br

** Marcas registradas da Corteva Agriscience e de suas companhias afiliadas. © 2025 Corteva.

 **CORTEVA™**
agriscience

Caminho do sucesso

Pesquisa da Revista Rural ratifica as marcas
que não saem da cabeça do produtor.



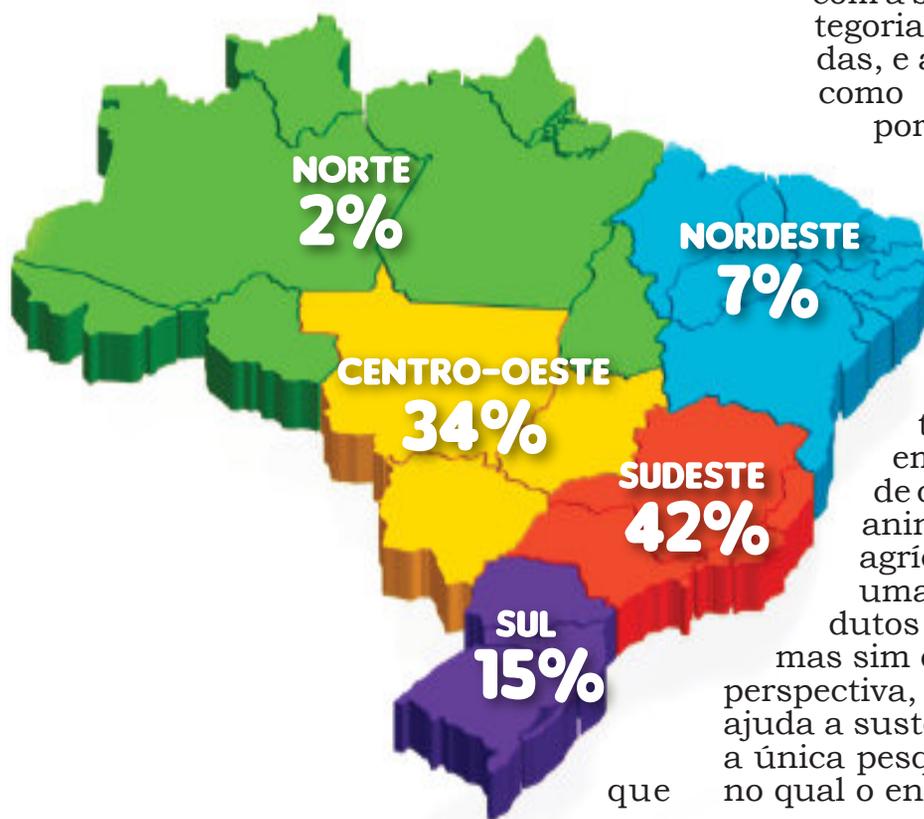
No dia 10 de março, uma equipe de telemarketing especializado deu início aos primeiros contatos com os leitores da Revista Rural, de vários cantos do País. Como é realizada, a abordagem pelo telefone chegou ao final no dia 15 de abril, totalizando 983 entrevistas realizadas, com 452 agricultores e 531 pecuaristas. Era o fim de mais uma pesquisa Top of Mind Rural,

assim como nos anos anteriores, teve a maior concentração de entrevistados na Região Sudeste com 42%, em segundo o Centro-Oeste com 34%, as regiões Sul, Nordeste e Norte, aparecem com 15%, 7% e 2% respectivamente.

Em sua vigésima oitava edição, a pesquisa ganhou mais “corpo” e manteve o número médio de entrevistados. Os pecuaristas apareceram em uma proporção levemente maior em relação aos agricultores. Houve também algumas mudanças, com a saída de algumas categorias, caso de Nematicidas, e a inclusão de novas, como moto-cultivadores, por exemplo.

Criado em 1998, a pesquisa se propõe em saber quais são os nomes e as marcas mais fortes do segmento. Por sua vez, faz parte da lista das premiadas, empresas que vão desde o segmento da saúde animal até maquinários agrícolas. A ideia não é uma batalha entre produtos ou companhias, mas sim de percepção. Nesta perspectiva, o Top of Mind Rural ajuda a sustentar essa lei ao ser a única pesquisa do meio rural, no qual o entrevistado deve res-

A PESQUISA POR REGIÃO



Ao longo do tempo, a fórmula do Top of Mind Rural, que começou em 1998, ganhou novos ingredientes. Até 2003, por exemplo, a publicação realizava a pesquisa, com abordagem em feiras e eventos.



Topofmind
2025

SOLUÇÕES PARA QUEM PRODUZ

Agradecemos a todos por confiarem em nós! Esse prêmio nos lembra que estamos aqui por algo maior: fortalecer o agro com tecnologia e respeito.
A COIMMA segue firme no propósito de oferecer as melhores soluções para quem produz.

 **MEGATRON 5.0**
TRONCO HIDRAULICO COIMMA

BALANÇAS 
RODOVIARIAS



ROBUST



TRONCO ROBUST PLUS
AMERICANO



TRONCO CONVENCIONAL



TRONCO SERTANEJO



(18) 3821 9900 

WWW.COIMMA.COM.BR



Após 28 anos realizada de forma ininterrupta, a pesquisa é vista com muita credibilidade pelas empresas do agronegócio.

pondera a primeira marca que lhe vem à cabeça em diversas categorias consultadas. A pesquisa busca respostas espontâneas, sem indução.

Após 28 anos, a pesquisa é vista com muita credibilidade pelas empresas do agronegócio. Como todos os anos em que se realiza, o prêmio promovido pela publicação, tem objetivo mensurar a força das marcas existentes, além de reforçar e reconhecer o trabalho realizado pelas empresas, que atuam no agronegócio. Alguns vencedores do Top of Mind Rural entenderam e levam essa ideia a sério, tanto é que continuam invictos na categoria correspondente à marca e ao produto, mesmo perante a grande concorrência no mercado, o surgimento de novas marcas, fusões e aquisições por novas companhias. Sobre tudo, ofertando novos modelos de negócio, inovações e tecnologias ao homem do campo.

A Fórmula do Sucesso

Conta-se nos dedos as empresas que promovem ações de marketing tão impactantes, que permanecem muito tempo na cabeça do consumidor/leitor. Especialistas revelam, e o que é importante frisar, que pesquisas de marketing constataam que as marcas que estão em primeiro na cabeça do consumidor também são as primeiras colocadas no



De geração
a geração,



é com o
Bradesco que
o agro conta.

Ano-safra 2025/2026:
conheça as
soluções de crédito.



Crédito sujeito à aprovação, enquadramento técnico e demais condições dos produtos. Forneça o número: 0800 0600 270 (022), SAC — At. Bradesco: 0800 704 4331, SAC — Deficiência Auditiva ou de Fala: 0800 727 0099, Ouvidoria: 0800 727 9821. Fotos meramente ilustrativas.

 bradesco

índice de preferência de compra. Em outras palavras, as marcas mais lembradas são as que merecem do consumidor os primeiros impulsos de compra, quando presentes no mercado.

Eles também são unânimes ao afirmar que um forte investimento em marketing e um serviço totalmente dedicado ao cliente podem e devem fazer toda a diferença de uma imagem sólida, principalmente, para sobreviver em meio a uma constante avalanche de no-

vos produtos. Diretores, gerentes de marketing e especialistas no segmento apontam o caminho e a receita de sucesso que eles traçaram e fizeram para obter o reconhecimento.

História de sucesso e credibilidade

A pesquisa Top of Mind Rural é realizada e divulgada anualmente pela Revista Rural desde 1998. Trata-se de uma ferramenta importante para aferir a eficiência do trabalho de marketing realizado pelas principais em-



NOVORMON®

I A
T F

CONFIANÇA

O RESULTADO QUE VOCÊ REALMENTE
ESPERA DA IATF. SEM SURPRESAS!



DISPONÍVEL EM
100 ML E 25 ML.



ACESSE
O VÍDEO
COMPLETO.

zoetis



presas que atuam no agronegócio.

As entrevistas são realizadas exclusivamente por telefone, com leitores da revista e, a partir deste ano, também com assinantes da Ruralflix, o novo serviço de streaming da Revista Rural.

A pesquisa visa obter respostas espontâneas, sem indução.

O entrevistado é orientado a responder o primeiro nome que vier a cabeça em cada item consultado. Desse modo, mesmo as respostas

erradas ou distorcidas são consideradas para uso na apuração.

Durante a entrevista, o entrevistado é informado também que não é obrigado a responder todos os itens, podendo passar aqueles em que nenhum nome lhe venha a cabeça. Respostas muito demoradas também são descartadas pelo entrevistador sem que o entrevistado tome conhecimento. Todos os anos são abordados apenas produtores que nunca participaram de edições anteriores da pesquisa.

As festas de premiação, realizadas tradicionalmente em julho, reúnem a nata do agronegócio e o troféu conferido aos vencedores tornou-se um dos maiores e mais tradicionais prêmios do marketing rural brasileiro.





JACTO. A **MAIS LEMBRADA** QUANDO O ASSUNTO É PROTEGER A LAVOURA!

Queremos celebrar com você, agricultor, o prêmio **Top of Mind 2025** na categoria **Pulverizadores**.

Este reconhecimento nos motiva a fortalecer ainda mais o nosso **compromisso com a inovação, tecnologia e qualidade**, para que você continue contando com o melhor da Jacto no campo.



jacto.com



Conheça nossas inovações
em pulverizadores.



JACTO

AO SEU LADO, SEMPRE.



Topofmind

Sementes	PIONEER
Defensivos para pastagem	CORTEVA
Fertilizantes	YARA
Sementes para pastagem	MATSUDA
ILPF	MATSUDA
Inseticida	ENGEO
Tratamento de sementes	FORTENZA DUO
Herbicidas	ROUNDUP
Fungicida	FOX
Sementes para HF	TOPSEED
Silos	KEPLER WEBER
Balança	COIMMA
Tronco	COIMMA
Cochos	ITABIRA
Currais	ITABIRA
Motosserra	STIHL
Roçadeira	STIHL
Seringas/Pistolas	HOPNER
Sal mineral	TORTUGA
Rações	GUABI
Vacinas reprodutivas	CATTLEMASTER
Protocolos para IATF	ZOETIS
Vermífugo	IVOMEC
Vermífugos para Equinos	EQVALAN
Vitaminicos para Equinos	EQUISTRO
Brinco Mosquicida	FIPROTAG
Melhorador de Desempenho Bovinos	RUMENSIN
Anti-mastítico	BOVIGAM
Antibióticos	AGROVET
Carrapaticida	ACATAK
Brinco Identificação	ALLFLEX
Vitaminicos para Bovinos	KIT MIN VIT
Estimulador de cio	CRONIBEN
Vitaminicos para Aves	VITAGOLD AVÍCOLA
Vitaminicos para Suínos	VITAGOLD POTENCIADO
Melhoradores de Desempenho Natural	MAGNI-PHI
Plantadeiras	JOHN DEERE
Colheitadeira	JOHN DEERE
Irrigação	NETAFIM
Caminhões	MERCEDES
Picapes	FIAT STRADA
Pneus agrícolas	GOODYEAR
Trator	MASSEY
Colhedora forragem	JF MÁQUINAS
Enfardadeiras	JF MÁQUINAS
Pulverizadores	JACTO
Colhedora de cana	CASE IH
Ordenhadeira	DELAVAL
Arames	BELGO
Motobombas	BRANCO
Motocultivadores	TRATORITO
Geradores	TOYAMA
Inseminação	ABS
Banco Privado	BRANCO
Crédito rural	BANCO DO BRASIL
Cooperativa de Crédito	SICREDI



Com você,
há 50 anos,
cultivando raízes
mais fortes.



E por mais um ano,
a marca mais lembrada
**pelo produtor e
produtora rural.**

Há 5 décadas, a Belgo Arames
é sinônimo de confiança e qualidade.
Uma história que impulsiona o progresso no campo
e cria vidas melhores todos os dias.

Por isso, celebramos não só nosso legado,
mas nossa capacidade de inovar e seguir adiante,
conectando pessoas, negócios e sonhos.
Os próximos 50 anos estão logo ali.

Belgo Arames 50 anos.
Moderna como nunca, Forte como sempre.



Topofmind

Belgo Arames:
Vencedora da pesquisa
Top of Mind Rural 2025
na categoria Arames.

belgo
arames

Uma parceria entre
ArcelorMittal e Bekaert.

Trabalho estratégico gera resultados

A relevância da pesquisa Top of Mind para estratégias de marketing assertivas no agronegócio brasileiro

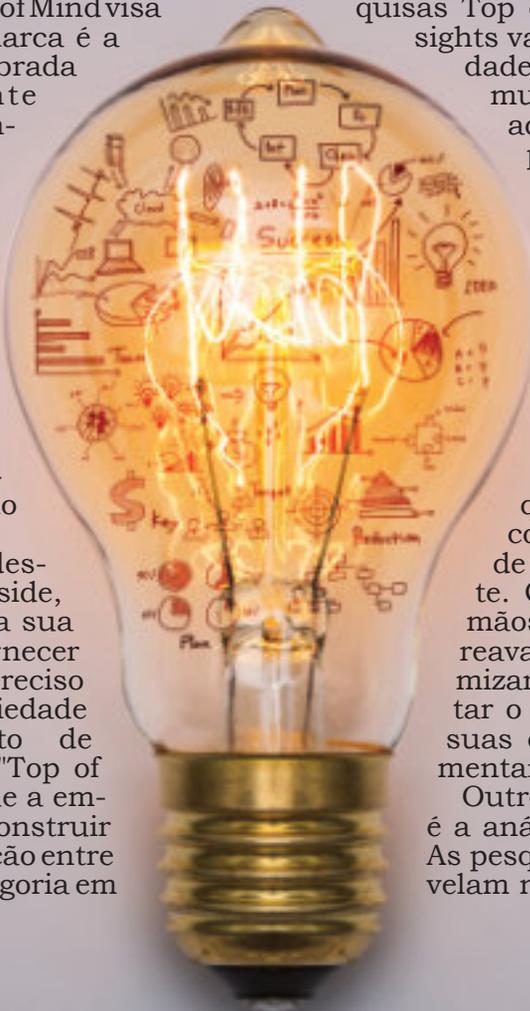
No dinâmico e competitivo mercado atual, compreender o que se passa na mente do consumidor é crucial para o sucesso de qualquer empreendimento. Nesse contexto, as pesquisas "Top of Mind" emergem como uma ferramenta estratégica de valor inestimável para as empresas, auxiliando no desenvolvimento de ações de marketing mais eficazes e direcionadas. Essencialmente, uma pesquisa Top of Mind visa identificar qual marca é a primeira a ser lembrada espontaneamente pelo público quando se pensa em um determinado produto, serviço ou segmento. Essa lembrança imediata não é obra do acaso, mas sim o reflexo de um trabalho consistente de construção de marca, comunicação e presença no mercado.

A importância dessas pesquisas reside, primeiramente, na sua capacidade de fornecer um diagnóstico preciso do nível de notoriedade e reconhecimento de uma marca. Ser "Top of Mind" significa que a empresa conseguiu construir uma forte associação entre sua marca e a categoria em

que atua, ocupando um espaço privilegiado na memória do consumidor. Esse posicionamento é um ativo intangível de grande valor, pois influencia diretamente a decisão de compra. Em um cenário com inúmeras opções, a marca que surge primeiro na mente do cliente frequentemente é a escolhida, ou ao menos entra no conjunto restrito de consideração.

Além de medir a lembrança, as pesquisas Top of Mind oferecem insights valiosos sobre a efetividade das estratégias de comunicação e publicidade adotadas. Se uma empresa investe significativamente em marketing, mas não figura entre as mais lembradas, é um sinal de alerta. Pode indicar que a mensagem não está ressoando com o público-alvo, que os canais escolhidos não são os mais adequados, ou que a concorrência está atuando de forma mais impactante. Com esses dados em mãos, os gestores podem reavaliar suas táticas, otimizar investimentos e ajustar o tom e o conteúdo de suas campanhas para aumentar o "share of mind".

Outro ponto fundamental é a análise da concorrência. As pesquisas Top of Mind revelam não apenas a posição





Roundup®

REFERÊNCIA CONSTRUÍDA COM A TRADIÇÃO BAYER.



Topofmind
2025

Roundup® foi novamente

TOP OF MIND EM 2025

graças a décadas de trabalho
junto a um portfólio completo
que a Bayer oferece para
o manejo da sua lavoura.



CONHEÇA A LINHA COMPLETA DE HERBICIDAS

E CONTINUE CONFIANDO EM NOSSO COMPROMISSO
CONSTANTE COM A EVOLUÇÃO NO CAMPO.



Se é Soja, é Bayer.
Se é Bayer, é bom.

ATENÇÃO ESTE PRODUTO É PERIGOSO À SAÚDE HUMANA, ANIMAL E AO MEIO AMBIENTE; USO AGRÍCOLA; VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRONÔMICO; 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 RECEITA; E UTILIZE SEMPRE OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL.



Converse Bayer
0800 011 5560

Saiba mais em
agro.bayer.com.br



da própria empresa, mas também a de seus competidores. Identificar quais marcas são as mais lembradas no setor permite entender quem são os principais players na mente do consumidor e quais estratégias eles possivelmente estão utilizando para alcançar esse destaque. Essa análise comparativa é vital para identificar oportunidades, nichos pouco explorados e para desenvolver diferenciais que façam a marca se destacar em meio à multidão.

No contexto do agronegócio brasileiro, um setor pujante e de extrema importância para a economia nacional, a aplicação de pesquisas Top of Mind é igualmente relevante. Dada a vastidão de segmentos – desde insumos agrícolas, máquinas e implementos, até produtos finais e serviços de tecnologia – construir uma marca forte e memorável é um desafio constante. As empresas que atuam nesse setor precisam comunicar confiança, ino-

vação, sustentabilidade e eficiência para um público que vai desde o pequeno produtor até grandes corporações.

Um exemplo de empresa que se destaca e certamente se beneficia de uma forte presença "Top of Mind" no agronegócio brasileiro é a John Deere. Reconhecida mundialmente por seus tratores e equipamentos agrícolas de cor verde e amarela icônicos, a marca construiu ao longo de décadas uma reputação de qualidade, durabilidade e tecnologia. Quando se pensa em maquinário agrícola de ponta, o nome John Deere frequentemente surge de forma espontânea na mente de agricultores, pecuaristas e profissionais do setor.

Essa lembrança não é fortuita. A John Deere investe consistentemente em marketing que vai além da simples promoção de produtos. A empresa foca em soluções para o agricultor, em tecnologia embarcada que aumen-

BRANCO, MAIS UMA VEZ
TOP OF MIND EM MOTOBOMBAS.

Branco

E AGORA TAMBÉM
TOP OF MIND EM
MOTOCULTIVADORES!



Além de medir a lembrança, as pesquisas Top of Mind oferecem insights valiosos sobre a efetividade das estratégias de comunicação e publicidade adotadas.

ta a produtividade e a sustentabilidade no campo, e em uma forte rede de concessionários e assistência técnica que garante suporte ao cliente. Suas campanhas de marketing frequentemente destacam a parceria com o produtor rural e o compromisso com o desenvolvimento do agronegócio. Essa abordagem estratégica, aliada à qualidade intrínseca de seus produtos, solidifica sua posição como uma das marcas mais lembradas e respeitadas no setor.

Para empresas como a John Deere, ou qualquer outra que almeje liderança no agronegócio, a pesquisa Top of Mind funciona como um termômetro. Ela indica se os esforços para comunicar esses valores e diferenciais estão sendo bem-sucedidos em criar uma impressão duradoura. Caso os resultados apontem que a marca não está tão presente na mente do público quanto o esperado, é um indicativo para

rever as estratégias de branding, a mensagem da comunicação, os canais de divulgação e o relacionamento com os clientes.

Em suma, as pesquisas Top of Mind são mais do que um simples ranking de marcas. São uma ferramenta diagnóstica poderosa que oferece uma visão clara da percepção do consumidor e da força da marca no mercado. Para as empresas, especialmente em setores competitivos como o agronegócio brasileiro, investir nesse tipo de pesquisa é investir em inteligência de mercado, permitindo o desenvolvimento de estratégias de marketing mais assertivas, a otimização de recursos e, em última análise, a conquista e manutenção de um lugar de destaque na mente e na preferência dos seus clientes. A lembrança espontânea é o primeiro passo para a escolha consciente.



Aconteceu de novo: o portfólio da Boehringer Ingelheim está na cabeça e no coração do povo!

**Top of mind**

Mais um ano consecutivo que Ivomec® e Eqvalan®
recebem o prêmio Top of Mind Rural como as marcas
mais lembradas quando o assunto é proteção
e bem-estar de grandes animais.



Seu voto e sua
confiança tornaram
isso possível
outra vez.
Muito obrigado!

A mente do consumidor como bússola

O trabalho de marketing das gigantes globais apontam um caminho para ações mais assertivas

O sucesso de uma marca transcende a mera qualidade de seus produtos ou serviços. Reside, fundamentalmente, na capacidade de construir uma conexão profunda e significativa com seus consumidores. As marcas mais famosas do mundo não alcançaram seu status por acaso; elas investiram pesadamente em estratégias de marketing engenhosas, meticulosamente elaboradas a partir de um conhecimento profundo do modo de pensar de seus clientes. Compreender as aspirações, desejos, medos e motivações do público-alvo é a bússola que guia decisões assertivas, otimiza investimentos e, conseqüentemente, gera resultados exponenciais. Este mergulho na psique do consumidor permite que as empresas não apenas vendam, mas criem valor, inspirem lealdade e se estabeleçam como referências culturais.

A importância de conhecer o cliente começa

na própria concepção do produto ou serviço. Ao entender as "dores" e necessidades não atendidas do consumidor, as empresas podem desenvolver soluções que verdadeiramente agreguem valor. Essa compreensão vai além de dados demográficos básicos; ela engloba aspectos psicográficos, comportamentais e contextuais. O que o cliente valoriza? Como ele toma decisões de compra? Quais são seus hábitos de consumo de mídia? Quais são suas influências? Responder a essas perguntas

permite a criação de personas detalhadas que servem como arquétipos do cliente ideal, facilitando a personalização das mensagens e a escolha dos canais de comunicação mais eficazes.

Com esse conhecimento em mãos, as marcas podem desenhar estratégias de marketing que ressoem em um nível mais profundo. Em vez de simplesmente listar características de um produto, elas contam histórias, evo-



É MAIS QUE PRESENÇA, É TOP OF MIND.



Topofmind

Pioneer® é a marca que primeiro vem à mente dos produtores do Brasil quando se trata de sementes de milho, de acordo com a Revista Rural.

Ser a marca mais lembrada demonstra que discurso e prática precisam andar juntos. É mais do que falar, é fazer pela agricultura do Brasil.

É mais do que híbridos de qualidade, parceria e inovação. É Pioneer®.

É MAIS É PIONEER





cam emoções e constroem narrativas nas quais o consumidor se vê como protagonista. Essa abordagem humanizada transforma a relação comercial em algo mais próximo de um relacionamento, onde a marca se torna uma aliada, uma fonte de inspiração ou uma facilitadora de experiências desejadas.

A Felicidade Engarrafada

A Coca-Cola é um exemplo paradigmático de como uma marca pode se entrelaçar com a cultura popular e se manter relevante por mais de um século. Sua estratégia de marketing é multifacetada, mas consistentemente focada em associar a marca a momentos de felicidade, união e otimismo. Desde o início, a empresa compreendeu que não vendia apenas um refrigerante, mas uma experiência, uma pausa refrescante que transcende o produto físico. Uma das principais ações de marketing da Coca-

Cola é sua publicidade icônica e emocional. Suas campanhas, especialmente as de Natal com o Papai Noel moderno (cuja imagem foi amplamente popularizada pela marca) ou as que promovem a partilha e a amizade, não se concentram nos ingredientes da bebida, mas nas emoções que ela supostamente proporciona. O slogan "Abra a Felicidade" é um exemplo claro dessa abordagem. A marca investe maciçamente em storytelling, criando narrativas universais que apelam a sentimentos comuns a diversas culturas.

Outro pilar fundamental é a onipresença e acessibilidade. A Coca-Cola implementou uma das mais eficientes e capilares redes de distribuição do mundo, garantindo que seu produto esteja disponível "ao alcance do desejo" em praticamente qualquer canto do planeta. Essa estratégia de distribuição intensiva, combinada com um merchandising visualmente atraente nos pontos de venda, reforça constan-

No campo e na lembrança: somos Top mais uma vez!

Onde há confiança, a qualidade permanece.



Top of mind

Agradecemos o reconhecimento da Topseed,
eleita novamente no Top of Mind 2025, na categoria
Fornecedores de Sementes para HF.

Uma conquista que é
fruto de muita pesquisa e
preferência do produtor.



Acesse o QR Code
e acompanhe a jornada
de cada cultivar, da
AgriStar até a colheita.

TOPSEED
Premium
TECNOLOGIA EM SEMENTES

TOPSEED
TRADIÇÃO EM SEMENTES



temente a presença da marca na mente do consumidor.

A adaptação cultural inteligente também é crucial. Embora mantenha uma identidade de marca global coesa, a Coca-Cola frequentemente customiza suas campanhas e até mesmo produtos para mercados locais, respeitando tradições e preferências regionais. Isso demonstra uma compreensão da diversidade de seus consumidores e fortalece a conexão em nível local.

Além disso, a Coca-Cola é mestre em patrocínios estratégicos e marketing de experiência. Ao associar sua imagem a grandes eventos esportivos globais, como as Olimpíadas e a Copa do Mundo FIFA, ela se posiciona no centro de momentos de grande paixão e celebração coletiva. A empresa também investe em experiências de marca imersivas, como eventos musicais e

ativações interativas, que permitem ao consumidor vivenciar a "magia" da Coca-Cola de forma tangível.

A consistência na mensagem, a capacidade de evocar nostalgia e, ao mesmo tempo, de se conectar com as novas gerações através de plataformas digitais e influenciadores, são testemunhos da habilidade da Coca-Cola em entender e se adaptar à evolução do pensamento de seus consumidores, mantendo-se como um ícone global de bebida e, mais importante, de um ideal de felicidade e convívio.

A Revolução pela Simplicidade

A Apple, por sua vez, trilhou um caminho diferente, mas igualmente bem-sucedido, ao focar na inovação disruptiva, no design minimalista e na criação de um ecossistema de produtos e serviços que promovem uma

MAIS UMA SAFRA DE QUALIDADE PARA QUEM VIVE DO CAMPO



Topofmind

MASSEY FERGUSON, 28 VEZES
VENCEDORA NA CATEGORIA
"TOP OF MIND EM TRATORES"
NA REVISTA RURAL.



MASSEY FERGUSON

BORN TO **FARM**

Criar novos produtos requer pesquisa e desenvolvimento. Isso pode levar a melhorias em produtos existentes ou até novas descobertas que beneficiem toda a linha de produtos.

experiência de usuário intuitiva e integrada. A empresa de Cupertino não vende apenas eletrônicos; ela vende status, criatividade, simplicidade e uma sensação de pertencimento a um grupo que valoriza a vanguarda tecnológica e estética.

A principal ação de marketing da Apple reside na criação de desejo e antecipação através de seus lançamentos de produtos. Os eventos da Apple, liderados no passado pelo carismático Steve Jobs e hoje por seus sucessores, são verdadeiros espetáculos midiáticos. Eles não apenas apresentam novos produtos, mas constroem uma narrativa em torno

da inovação, do impacto que aquela nova tecnologia terá na vida das pessoas. O segredo e o hype que antecedem esses anúncios são calculados para gerar um frenesi de consumo.

O foco obsessivo no design e na experiência do usuário é outra pedra angular. Os produtos da Apple são reconhecidos por sua estética elegante, minimalista e pela interface intuitiva. A empresa compreendeu que os consumidores não buscam apenas funcionalidade, mas também beleza e facilidade de uso. Essa atenção aos detalhes cria uma percepção de qualidade superior e justifica o posicionamento de preço premium da marca.



A confiança de quem planta
é nossa verdadeira conquista.

ENGEO PLENO^S

Marca mais lembrada no Top Of Mind Rural 2025.



APONTE A CÂMERA
DO CELULAR
PARA SABER MAIS



c.a.s.a.

0800 704 4304

www.portal.syngenta.com.br

PARA RESTRIÇÃO DE USO NO ESTADO DO PARANÁ, CONSULTE A BULA.



Topofmind

NUNCA FOI SORTE.
SEMPRE FOI ENGEO PLENO^S.

 **EngeoPleno^S**

syngenta.

ATENÇÃO

ESTE 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; E UTILIZE OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL.

A Elanco, uma empresa há 70 anos focada em sanidade para produtividade e rentabilidade, tem o orgulho de os seguintes produtos:



Topofmind



e nutrição animal, entregando as melhores soluções
compartilhar que foi a preferida do produtor com

Elanco



Construindo a pecuária do

futuro.

ANOS



A Apple também cultivou uma comunidade de marca extremamente leal, quase um "culto". Seus usuários frequentemente se tornam defensores fervorosos da marca, valorizando não apenas os produtos, mas o que eles representam. Essa lealdade é alimentada pela sensação de exclusividade e pela percepção de que os produtos Apple capacitam a criatividade e a produtividade. A campanha "Think Different" (Pense Diferente) encapsulou perfeitamente esse espírito, associando a marca a gênios e inovadores.

As Apple Stores são uma extensão física dessa filosofia de marca. Elas não são apenas lojas, mas templos de design onde os consumidores podem interagir com os produtos em um ambiente cuidadosamente controlado e estetica-

mente agradável. O atendimento especializado e o suporte técnico (Genius Bar) reforçam a percepção de valor e cuidado com o cliente.

Por fim, a estratégia de construção de um ecossistema integrado (iOS, macOS, iCloud, App Store) é uma jogada de mestre. Ao fazer com que seus dispositivos e serviços funcionem perfeitamente juntos, a Apple cria uma barreira de saída para os concorrentes e incentiva a fidelidade contínua. Uma vez imerso no ecossistema Apple, o consumidor encontra conveniência e uma experiência fluida que dificilmente é replicada.

A Apple entende que seus clientes buscam mais do que especificações técnicas; eles anseiam por ferramentas que simplifiquem suas vidas, que os inspirem e que reflitam sua identidade. Ao focar



**Em 28 anos, impulsionamos:
o desempenho de milhões de animais,
o sucesso de nossos clientes e
o reconhecimento da nossa marca.**

**A Tortuga® foi eleita, pela 28ª vez consecutiva,
a marca Top of Mind na categoria Sal Mineral.**

Essa conquista reafirma a relevância da nossa linha de produtos e a eficiência da nossa suplementação nutricional. Mais produtividade animal, mais lucro para nossos clientes e mais um prêmio em nossa trajetória vitoriosa.

Saiba como a Tortuga® pode impulsionar sua atividade.
Converse com a maior equipe de campo do mercado.



Acompanhe nossas
redes sociais e fique
por dentro das novidades.

Imagem do Centro de Inovação Tortuga, onde novas tecnologias
nutricionais têm sua eficiência comprovada por pesquisadores.

dsm-firmenich 



nesses desejos mais profundos, a empresa consegue comandar preços mais altos e manter uma base de fãs ardorosa.

Decisão assertiva alimenta resultados

Tanto a Coca-Cola quanto a Apple, apesar de suas abordagens distintas, compartilham um denominador comum: um investimento contínuo e profundo no entendimento da mente de seus consumidores. Esse conhecimento permite que tomem decisões de marketing muito mais assertivas.

Quando uma marca sabe o que seu cliente pensa e sente, ela pode:

Desenvolver Produtos e Serviços Relevantes: A inovação da

Apple é guiada pela antecipação das necessidades e desejos do consumidor por simplicidade e poder. A diversificação de sabores e embalagens da Coca-Cola atende a diferentes ocasiões de consumo e preferências.

Criar Mensagens Impactantes: As campanhas da Coca-Cola evocam felicidade porque a marca sabe que essa é uma aspiração universal. A comunicação da Apple foca em como seus produtos podem empoderar o indivíduo, apelando ao desejo de autoexpressão e eficiência.

Selecionar os Canais Certos: Ambas as marcas utilizam uma abordagem multicanal, mas a ênfase varia conforme o público e o objetivo. A Apple cria expectativa com seus eventos de lançamento e utiliza suas lojas

Confiança premiada no campo.

Ser Top of Mind é colher o reconhecimento
de quem mais entende: o agricultor brasileiro.

Fox® Xpro e Fox® Supra são lembrados porque têm
história no campo e entregam resultado no dia a dia.



**Topofmind
2025**

Fox 
Xpro

Fox 
Supra

**De primeira,
sem dúvida.**

**Confiança que se
fortalece na segunda.**



Se é Soja, é Bayer.
Se é Bayer, é bom.

ATENÇÃO

ESTE PRODUTO É PERIGOSO À SAÚDE HUMANA, ANIMAL E AO MEIO AMBIENTE; USO AGRÍCOLA; VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRONÔMICO; 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 RECEITA; E UTILIZE SEMPRE OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL.



Converse Bayer
0800 011 5560

Saiba mais em
agro.bayer.com.br

Maio 2025

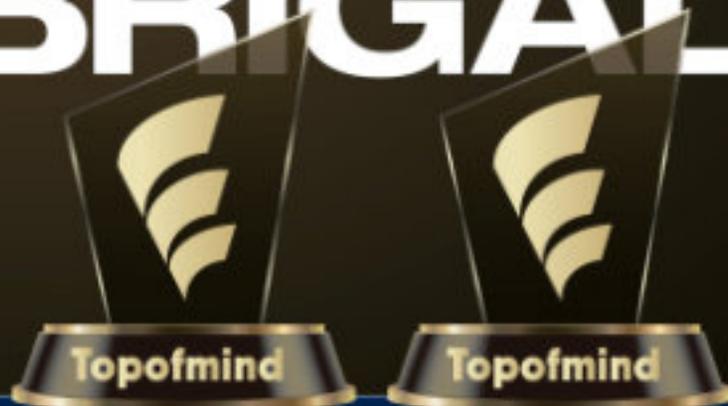


como showrooms. A Coca-Cola investe maciçamente em publicidade de massa e presença no ponto de venda.

Ao entregar consistentemente valor (seja ele emocional ou funcional) e ao se comunicar de forma autêntica, as marcas fomentam a lealdade. O cliente deixa de ser um mero comprador para se tornar um defensor da marca. Otimizar o Retorno sobre o Investimento (ROI): Campanhas direcionadas, mensagens personalizadas e a escolha eficiente de canais evitam o desperdício de recursos e maximizam o impacto de cada real investido em marketing. Em suma, as estratégias de marketing das marcas mais famosas do mundo são um testemunho do poder de colocar o cliente no

centro de todas as decisões. Conhecer profundamente o modo de pensar do consumidor não é apenas uma boa prática; é o alicerce sobre o qual se constroem impérios comerciais duradouros. Em um cenário onde a atenção é um ativo cada vez mais escasso, apenas as marcas que verdadeiramente entendem e se conectam com as aspirações humanas conseguem não apenas sobreviver, mas prosperar, moldando culturas e definindo mercados. A assertividade nas decisões de marketing, alimentada por essa compreensão, é o que separa as marcas icônicas das demais, garantindo resultados consistentemente superiores e um lugar de destaque na mente e no coração dos consumidores.

OBRIGADA!



**Pelo segundo ano consecutivo,
somos a vencedora da categoria rações!**



Saber que somos a primeira marca que vem à cabeça dos consumidores, reforça que **nosso compromisso vai além da nutrição animal!**



Acreditamos que somos protagonistas de um planeta melhor para os animais, para o meio ambiente e para as pessoas.



Este prêmio é motivo de grande orgulho para nós seguirmos desenvolvendo **soluções que gerem os melhores resultados!**



Acesse e
saiba mais:
guabi.com.br





A STIHL ESTÁ NA LEMBRANÇA DOS PRODUTORES PORQUE FAZ PARTE DO SEU DIA A DIA

Mais uma vez, a STIHL é Top of Mind Rural, prêmio da Revista Rural, nas categorias Motosserras e Roçadeiras. Esse reconhecimento é resultado de uma parceria que se fortalece diariamente, sempre que o produtor rural encontra em cada um de nossos produtos um aliado para o seu trabalho. Obrigado a todos pela confiança.



Top of mind



@STIHLBRASIL



STIHL BRASIL



@STIHL-OFFICIAL



STIHL BRASIL OFICIAL

STIHL.COM.BR

STIHL