



6º Edição

Fórum do Agronegócio

Agro 360:
competitivo, sustentável
e bem compreendido

Setembro/2025

REALIZAÇÃO:



SOCIEDADE RURAL
DO PARANÁ

1**Sobre o evento****2****Geopolítica no agro:
produção eficiente e
acesso a mercados****3****Produtividade e
competitividade****4****Transição energética
e bioeconomia****5****Geração de valor:
o agro conectado
com o consumidor****6****Como ser competitivo,
sustentável e bem
compreendido****7****Aprendizados**

Sobre o evento

O 6º Fórum do Agronegócio, promovido pela Sociedade Rural do Paraná (SRP), reuniu **mais de 400 participantes** no Parque Ney Braga Eventos, em Londrina (PR), em 4 de setembro de 2025.

Com a participação de produtores, cooperados, empresários, políticos e jornalistas, o encontro debateu temas atuais, como geopolítica, produtividade, transição energética e conexão com o consumidor, em quatro painéis temáticos e uma palestra magna.



Crescer de maneira eficiente e ser compreendido em cada etapa da produção **é o caminho para consolidar o agro brasileiro como referência global.**

Marcelo Janene El-Kadre
presidente da Sociedade Rural do Paraná

Geopolítica no agro: produção eficiente e acesso a mercados



O agronegócio brasileiro vive um momento de **influência direta da geopolítica global** sobre a sua competitividade e acesso a mercados internacionais. Conflitos, barreiras comerciais, mudanças climáticas e exigências ambientais desafiam produtores e empresários a manter a eficiência enquanto adotam estratégias que reforçam a posição do Brasil no cenário global.

Como equilibrar produtividade, sustentabilidade e protagonismo internacional foi a pergunta do moderador Cassiano Ribeiro, jornalista e head do Globo Rural aos participantes.

Resumo do painel:



Protagonismo global: o Brasil deve assumir seu papel estratégico como fornecedor global, combinando escala, qualidade e responsabilidade.



Defesa comercial e diplomacia: é necessária atuação firme do governo federal para proteger o agro contra o protecionismo internacional.



Inovação e sustentabilidade: plantio direto, sistemas de multiculturas e biocombustíveis demonstram práticas sustentáveis eficientes.



Financiamento e inovação financeira: instrumentos como Fiagro, LCA e LCI são cruciais para a modernização do setor.



Infraestrutura e logística: a localização privilegiada e os investimentos logísticos fortalecem o Paraná como hub de exportação;



Comunicação estratégica: mostrar ao mundo, com dados e propósito, o valor econômico, ambiental e social do agro.



Dados como ferramenta de poder: inteligência de mercado e evidências são essenciais para enfrentar barreiras comerciais.



“Modelo paranaense”: cooperativismo, agroindustrialização e políticas sustentáveis tornam o Paraná referência nacional e internacional.

Visão estratégica

Marcelo Janene El-Kadre, presidente da Sociedade Rural do Paraná, destacou a responsabilidade da instituição em **fomentar debates e soluções para os desafios do agro**. Segundo ele, o futuro do setor depende de:

- Competitividade, inovação e sustentabilidade;
- Preservação de recursos naturais, como solo, água e energia;
- Debates e fóruns como ferramentas de solução, que geram oportunidades e visibilidade ao setor;
- Comunicar a importância do agro para a economia nacional.



“Nossa obrigação é continuar produzindo mais e melhor, **trazendo novas oportunidades para o agro brasileiro no mundo**”



Planejamento estratégico e transição energética



O governador do Paraná, **Carlos Massa Ratinho Junior**, apresentou uma visão estratégica do Estado e do país no agro global:

- O Paraná é um dos maiores produtores de alimentos do mundo;
- O Estado deve assumir o papel de “supermercado do mundo”, aproveitando sua localização estratégica e investimentos logísticos;
- Planejamento de longo prazo é fundamental;
- Transição energética no campo, como o Renova Paraná e o Fiagro, fortalecem a sustentabilidade e a inovação.



“Temos que transformar o Paraná na **Arábia Saudita da energia verde.**”

Representatividade política e defesa comercial

Pedro Lupion, deputado federal e presidente da Frente Parlamentar da Agropecuária, ressaltou a importância da atuação política internacional:

- Combater barreiras tarifárias impostas por EUA e União Europeia com uma resposta firme;
- Proteger instrumentos de financiamento como Fiagro, LCA, LCI e debêntures;
- Defender o agronegócio brasileiro com base na qualidade, sustentabilidade e responsabilidade social.



“Mesmo com avanços na produção, a competitividade do Brasil ainda depende de fatores externos e enfrentamos riscos econômicos. **Precisamos lembrar que tarifas são sempre decisões políticas e comerciais.**”

Inteligência de mercado e inovação financeira



Wagner Kronbauer, sócio-diretor da Apex, destaca que o Brasil ainda utiliza pouco os dados do agro para se impor globalmente. Segundo ele:

- Dados concretos podem reduzir barreiras comerciais e reforçar a reputação do setor;
- O Fiagro do Paraná é modelo de inovação financeira e pode inspirar outros estados;
- O Paraná é considerado um “estado-onça”, crescendo acima da média nacional graças à gestão fiscal eficiente e forte integração com o agronegócio.



“O agro não pode se prestar apenas a disputas ideológicas; **precisamos de seriedade e dados.**”

Conclusão

A geopolítica do agro brasileiro exige muito mais que produtividade. É preciso visão de longo prazo, planejamento estratégico, políticas públicas eficientes, comunicação assertiva e união entre setor produtivo e poder público.

O Paraná, com sua estrutura cooperativista, inovação tecnológica e capacidade logística, demonstra estar pronto para liderar esse movimento, mostrando que o Brasil pode expandir seu protagonismo global de forma responsável, sustentável e competitiva.



A geopolítica do agro exige **visão estratégica, comunicação eficaz e uso inteligente de dados** para ampliar a presença do Brasil no mercado internacional.



Produtividade e competitividade



O agronegócio brasileiro é uma engrenagem complexa e colaborativa. Formado por uma vasta rede de atores, entre eles, produtores, cooperativas, empresas, startups, universidades, governo e instituições financeiras. O setor se mantém competitivo graças à soma das contribuições de cada um desses elos.

No painel “Como diferentes atores do agronegócio estão impulsionando a produtividade e a competitividade no setor”, os participantes discutiram como a integração entre esses diferentes agentes pode **alavancar ganhos sustentáveis**, ampliar a produtividade e manter o Brasil na liderança global da produção de alimentos. O objetivo foi mostrar que o sucesso do agro não é mérito isolado, mas resultado de uma ação coordenada entre ciência, inovação, gestão, financiamento e políticas públicas.

Resumo do painel:



Cooperativas agregam produtores e validam tecnologias.



A integração de todos os elos da cadeia é crucial para eficiência e inovação.



Transferência de tecnologia aumenta produtividade e reduz impactos ambientais.

Edição gênica

Fernando Lopes, jornalista especializado em agronegócio, responsável pela moderação do painel, iniciou a discussão ressaltando a importância da tecnologia no campo, com destaque para a edição gênica, uma ferramenta que chega com força total, mais acessível, menos custosa e com enorme potencial de atração de novos pesquisadores, startups e investidores.



“Este novo momento da biotecnologia promete **democratizar o acesso à inovação** e impulsionar ainda mais a produtividade no agro brasileiro.”

Visão cooperativista

Com mais de 13,5 mil cooperados, a Cooperativa Integrada é um dos pilares do cooperativismo agrícola no Paraná. **João Francisco Sanches Filho**, vice-presidente da Integrada, destacou o papel da cooperativa na organização da produção, validação de tecnologias e formação de produtores mais preparados e conectados com o futuro:

- Fazenda experimental da cooperativa como centro de pesquisa aplicada em agricultura de precisão, bioinsumos e soluções moleculares;
- Concursos de produtividade entre cooperados como ferramenta de incentivo à adoção de novas tecnologias;
- Presença de 140 agrônomos da cooperativa como ponte entre ciência e campo;
- Crescente adesão de jovens produtores e colaboradores com visão ESG.
- Planejamento estratégico validado pelos cooperados.

“

“O cooperativismo é essencial para garantir um agro mais sustentável e competitivo, mas entre os nossos principais desafios hoje está o déficit de armazenagem de 10 milhões de toneladas, reforçando a necessidade de investimentos em infraestrutura por meio de Fiagro, CRA e LCA, além de políticas públicas eficazes para enfrentar os impactos climáticos.”



Credibilidade, visão de longo prazo e relacionamento com o produtor são a base para a construção de um agro forte e resiliente

“

Representando a maior empresa de agronegócio do mundo, **Dagoberto Bernini**, senior director AG & Trading LATAM na Cargill, trouxe a visão de uma gigante global que enxerga o Brasil como protagonista na segurança alimentar do futuro. Aqui alguns pontos relevantes da sua fala:

- O planeta terá 2 bilhões a mais de pessoas até 2080, sendo 1 bilhão de classe média, e o Brasil é peça-chave para atender essa demanda crescente;
- É essencial entregar não apenas grãos, mas produtos acabados de forma competitiva para mercados como Ásia e África;
- A inteligência artificial (IA) é vista como aliada essencial e o agro precisa incorporá-la rapidamente para manter a competitividade;
- A falta de mão de obra qualificada é um desafio, mas também uma oportunidade e a tecnologia pode liberar talentos para pesquisa e estratégia;
- Necessidade urgente de diversificação logística, com investimentos em hidrovias e ferrovias, especialmente no Paraná;
- A insegurança jurídica e o aumento de recuperações judiciais podem afastar capital privado do país.

Contribuição da academia e Semente sustentável



“O ‘barco’ da inteligência artificial já partiu e a academia precisa acompanhar a velocidade das transformações do mercado

“

Denis Costa, agrônomo e coordenador de pesquisa e extensão do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná (IFPR) em Ivaiporã, trouxe ao debate o papel essencial da educação, ciência e extensão rural na cadeia do agronegócio. Destacou que o nome do evento, "360", representa bem o ciclo completo do agro, onde todos os atores estão interligados. Para ele:

- O produtor não existe sozinho. precisa de apoio da academia, empresas e governo;
- A academia é responsável pelo desenvolvimento de tecnologias como o plantio direto, bioinsumos, nanotecnologia e agora a edição gênica;
- A edição gênica representa uma revolução, pois permite modificações precisas no DNA das plantas, sem o estigma dos transgênicos, reduzindo custos e aumentando produtividade;
- A formação de jovens cientistas e parcerias público-privadas têm direcionado projetos relevantes à realidade do produtor;
- Sementes de qualidade são o pilar da produtividade;
- O Paraná deve se posicionar não apenas como o celeiro do Brasil, mas como a agroindústria do mundo, agregando valor com P & D e inovação.

Com 25 anos de parceria com a Embrapa e o Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná (IDR-Paraná), a **Fundação Meridional** atua como um elo fundamental entre a pesquisa e o campo, representando 27 empresas produtoras de sementes com foco em melhoramento genético e edição gênica, e como **OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público)** promove rentabilidade, sustentabilidade e apoio técnico ao produtor. O gerente executivo da **Fundação Meridional**, **Ralf Udo Dengler**, reforçou que a qualidade da semente legalizada é um dos maiores diferenciais da agricultura moderna. Segundo ele:

- O Brasil está na vanguarda da agricultura de baixo carbono, com foco em plantas mais eficientes e manejos sustentáveis;
- Eventos técnicos, dias de campo e treinamentos para acadêmicos ajudam a disseminar tecnologia e conhecimento;
- Sementes ilegais comprometem a competitividade e a rastreabilidade.



“Já existem iniciativas avançadas pensando no uso dos grãos como biocombustível, ampliando o escopo do agro além do alimento.”

”

Conclusão

Produtores, cooperativas, indústrias, pesquisadores, startups, governos e financiadores têm um papel essencial a cumprir para garantir a produtividade e a competitividade do agro brasileiro. E é dessa sinergia que nascem os resultados que mantêm o Brasil como um protagonista global no fornecimento

de alimentos, energia e inovação. A tecnologia, especialmente com o avanço da edição gênica e da inteligência artificial, é a nova fronteira que unifica essas forças. O agro 360 é um agro de todos e precisa ser planejado, sustentado e comunicado como tal.



“O agro depende da **integração entre todos os elos da cadeia**, do produtor ao mercado global, **para ser competitivo e sustentável.**”



Transição energética e bioeconomia

O Brasil se encontra em um momento decisivo para o futuro do agronegócio e sua posição na agenda global de sustentabilidade. Durante o painel “O papel do Brasil no movimento global de transição energética”, moderado pela jornalista **Angela Ruiz**, especializada em **Agronegócios e Clima**, especialistas de diferentes setores, entre eles, líderes do agro, pesquisadores e representantes de empresas e instituições, se reuniram para discutir como o país pode unir produção, inovação e preservação ambiental para impulsionar a bioeconomia e fortalecer sua competitividade internacional.

Resumo do painel:



O Brasil é referência em energia renovável, mas precisa avançar em descarbonização.



Bioeconomia substitui soluções fósseis por alternativas sustentáveis.



Políticas públicas e incentivos são fundamentais para manter a liderança global no setor.



O papel estratégico do Brasil no cenário global

Hoje, 88% da matriz elétrica brasileira já é renovável, um diferencial importante em relação a outros países. Esse resultado é fruto de iniciativas como:

- Uso integral da biomassa nas usinas de açúcar e álcool, transformando resíduos agrícolas em combustível e fertilizantes;
- Programas como o Renova Paraná, que já geraram mais de 1 GW em energia solar.

Esse cenário coloca o Brasil em posição privilegiada para liderar a transição energética global, mas os especialistas alertam que falta planejamento governamental e políticas públicas consistentes que reconheçam o papel do produtor rural e incentivem a adoção de práticas sustentáveis.



“Para manter a liderança, o Brasil **precisa ser ativo, unindo forças para gerar ganhos ambientais e econômicos.**”

Clauber Leite, diretor de Energia Sustentável e Bioeconomia do Instituto E+



Produtor como protagonista

Os produtores rurais brasileiros já são protagonistas de uma produção de baixo impacto ambiental. Atualmente, 33% da área agrícola do país está destinada à preservação e práticas como o plantio direto, que promove retenção de carbono, já estão consolidadas no campo.



Além disso, o que antes era considerado resíduo, hoje se tornou fonte de renda, demonstrando como a agricultura regenerativa vem transformando a maneira de produzir. No entanto, sem políticas de incentivo e retorno financeiro, muitos produtores encontram dificuldades para avançar nessa transição.



“Temos as condições, mas precisamos de **regras claras e visão de longo prazo para saber onde queremos chegar.**”

Ágide Eduardo Meneguette,
presidente interino do Sistema
FAEP

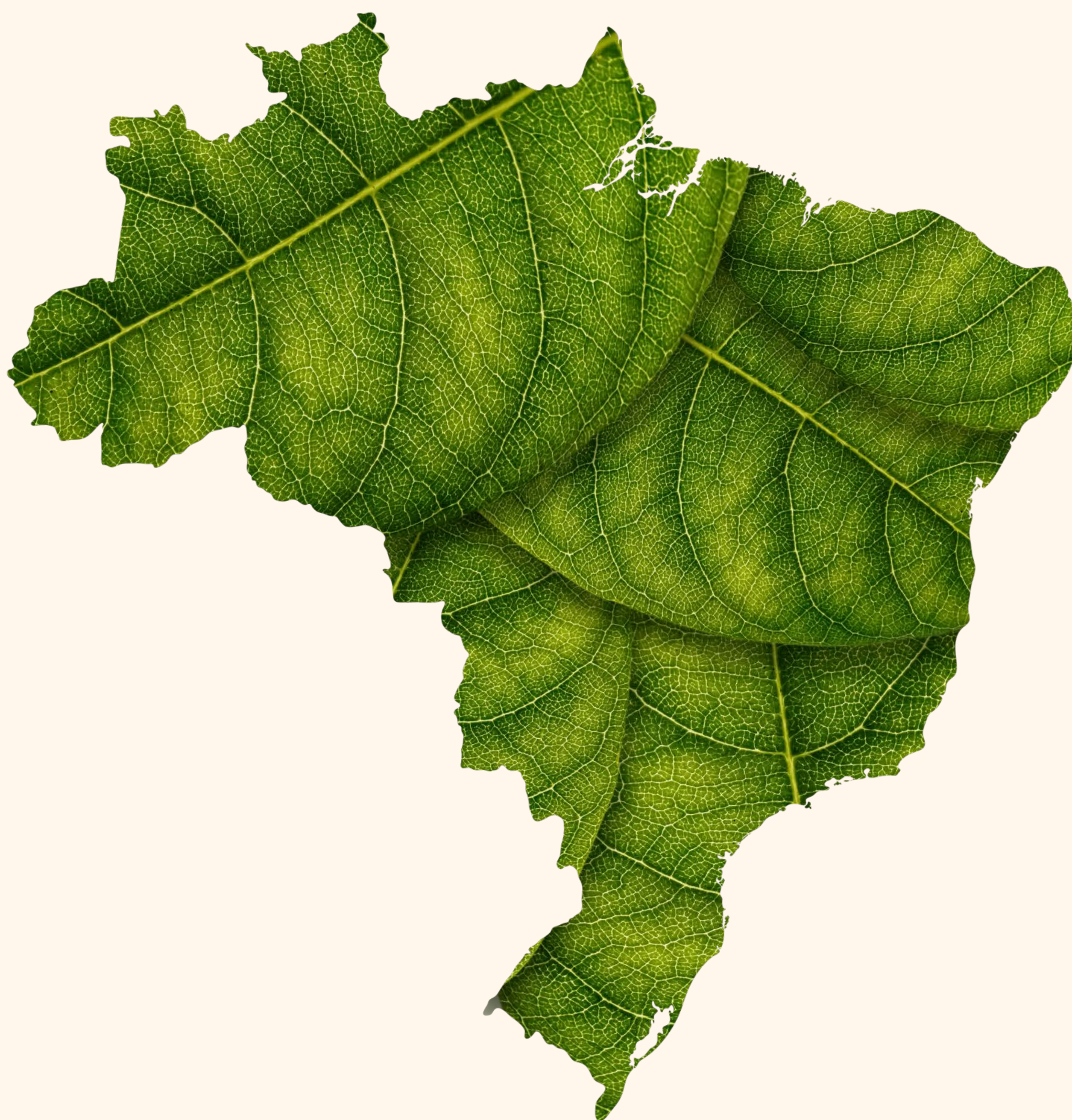


Bioeconomia é a bola da vez

A bioeconomia foi apontada como uma das maiores oportunidades para o Brasil.

Com condições climáticas únicas, como luz solar abundante, terras férteis e agricultores altamente capacitados, o país pode se tornar referência mundial na produção de biomassa, atendendo não só ao setor de alimentos, mas também às demandas energéticas e industriais.

Essa transformação passa por investimentos em biocombustíveis, como o etanol de milho, biogás e hidrogênio verde, além de novas tecnologias de gerenciamento de dados, que permitem otimizar recursos e gerar escala na produção.



Ciência, tecnologia e inovação no campo

A ciência tem papel fundamental na construção de uma agricultura sustentável e competitiva. Instituições como a Embrapa, universidades e empresas privadas estão desenvolvendo **ferramentas e métricas de rastreabilidade que comprovam os avanços brasileiros.**

Um exemplo é a calculadora de carbono para soja e milho, que mensura o impacto das práticas agrícolas regenerativas. Dados iniciais mostram que áreas que adotam essas práticas **podem ter aumento de 16% em captura de carbono no solo e 18% em produtividade.**



“Sem dados sólidos, entramos no jogo global em desvantagem. **Precisamos provar, com números, a sustentabilidade do agro brasileiro.**”

Francila Calica,
diretora de Assuntos Agrícolas e
Sustentabilidade Bayer LATAM

Caminhos para um futuro sustentável

A transição energética no agro brasileiro não é apenas um desafio, mas uma oportunidade.

Ao unir ciência, inovação, planejamento e união setorial, o Brasil **pode consolidar-se como grande player global da bioeconomia, garantindo:**

- Produção sustentável e competitiva;
- Liderança em energia renovável e biocombustíveis;
- Preservação ambiental com retorno financeiro aos produtores;
- Integração entre clima, energia e produção de alimentos;
- Protagonismo nas negociações internacionais sobre descarbonização.



“Não dá para olhar alimento, clima e energia de forma separada.

O futuro do agro brasileiro depende de uma visão integrada e estratégica.”

Maurício Antônio Lopes,
pesquisador da Embrapa
Agroenergia

Conclusão

O futuro do agronegócio brasileiro depende da integração entre produção, inovação, sustentabilidade e políticas públicas eficientes. **O país já possui condições únicas de energia renovável, clima, solo fértil, produtores capacitados e tecnologias** avançadas para se tornar um referência global na bioeconomia e na produção sustentável.

No entanto, para transformar esse potencial em liderança efetiva, é fundamental unir ciência, tecnologia, planejamento estratégico e governança, além de comprovar resultados com dados confiáveis, fortalecer a narrativa do setor e criar incentivos claros para o produtor.

Somente com essa articulação será possível consolidar um agro competitivo, resiliente e sustentável, capaz de atender à crescente demanda global por alimentos, energia e soluções climáticas



O Brasil tem potencial para liderar a transição energética, **mas precisa de estratégia integrada e políticas consistentes para consolidar sua posição global.**

Geração de valor: o agro conectado com o consumidor

O consumidor moderno tornou-se cada vez mais atento à origem, qualidade e impacto dos alimentos que consome, exigindo do agronegócio uma postura transparente, inovadora e próxima do público final.

Conectar o agro ao consumidor vai além da produção. Envolve rastreabilidade, sustentabilidade, segurança alimentar, bem-estar animal e responsabilidade social. Esse capítulo reúne os principais insights do painel moderado pela jornalista Flávia Romanelli, diretora da AgriDoce Comunicação, sobre como empresas e produtores podem construir marcas fortes e ampliar a confiança do consumidor no agro brasileiro.



Resumo do painel:



Educação e conscientização são essenciais: o consumidor precisa entender de forma didática o que está por trás da produção.



Transparência gera confiança: contar a história real do agro, com dados e processos, aproxima produtores e consumidores.



Sustentabilidade como valor de marca: comunicar práticas sustentáveis é tão importante quanto adotá-las.



Comunicação digital como ferramenta estratégica: redes sociais e canais diretos permitem feedback, engajamento e construção de marca.



Pequenas histórias conectam: dividir grandes processos em narrativas acessíveis facilita a identificação do consumidor com o produto.



Cooperativas e produtores como protagonistas: comunicação pessoal e genuína fortalece a narrativa do agro e sua reputação.

O papel da educação e da comunicação

Para **Lucio Vicente**, diretor geral do Instituto Akatu, o agro precisa assumir a comunicação de suas histórias, tornando o discurso acessível e próximo das pessoas. Pesquisas globais mostram que consumidores são heterogêneos e influenciados por gerações, sendo as crianças agentes importantes de conscientização ambiental.



Segundo Vicente, cada cultura de produção precisa de sua própria linguagem, apoiada na história por trás do produto, para diluir o jargão e gerar conexão real com o consumidor.

Cooperativas e produtores podem se tornar porta-vozes diretos, compartilhando processos cotidianos e mostrando tempo, cuidado e esforço envolvidos na produção.



“Tudo o que se constrói no sistema produtivo **só se consolida se for comunicado de forma didática ao consumidor.**”

Transparência e conexão com o cliente

Flávia Brunelli, fundadora da Del Veneto, compartilhou a experiência de construir um frigorífico de suínos do zero e integrar práticas sustentáveis como biodigestores, fertirrigação e autossuficiência energética.

Para ela, é essencial contar a história por trás da produção, desmistificando a carne suína e mostrando o impacto positivo do agro na sociedade. A comunicação eficiente permite valorizar o produto e gerar orgulho no consumidor, transformando o agro em protagonista e não vilão.



“Comunicar o básico aproxima campo e cidade, **mostrando as verdades do agro com amor e orgulho.**”



Sustentabilidade e transparência como diferenciais de marca

Giovanna Meneghel, CEO da Nude, apresentou a experiência de sua marca baseada em sustentabilidade e transparência.

Desde 2020, a Nude comunica a pegada de carbono dos produtos, transformando informações técnicas em mensagens convidativas para o consumidor.



Nude.



A empresa também desenvolveu projetos de upcycling e agricultura regenerativa, reduzindo impactos e criando valor agregado. Segundo a empresária, a comunicação digital direta com o consumidor é essencial para compreender preferências, testar novos produtos e criar engajamento, tornando a sustentabilidade um elemento estratégico de marca.

Conclusão



O agro conectado ao consumidor cria valor real e duradouro. Mais do que produzir, é preciso contar histórias, mostrar processos, gerar transparência e engajamento.

Práticas sustentáveis, comunicação clara e proximidade com o público final não apenas fortalecem marcas, mas também consolidam a imagem do agro brasileiro como moderno, responsável e essencial. Ao unir inovação, transparência e educação, o setor agrícola pode transformar sua produção em uma narrativa positiva, reconhecida e valorizada pelo consumidor moderno.



A decisão de compra muitas vezes é do consumidor, não do comprador. **As pessoas precisam se sentir inseridas para gerar relações de afeto.**

Como ser competitivo, sustentável e bem compreendido

A jornalista Giuliana Morrone, especialista em ESG, encerrou o 6º Fórum do Agronegócio da Sociedade Rural do Paraná. A apresentação integrou os temas centrais do evento: competitividade, sustentabilidade e comunicação, reforçando a necessidade de alinhar desempenho econômico, inovação e narrativa estratégica para consolidar o agro brasileiro como referência global.

Giuliana Morrone traz 38 anos de experiência como jornalista de política, exercendo uma função social crítica na comunicação. Durante a pandemia, direcionou seu olhar para a sustentabilidade e ESG, iniciando mestrado em economia circular e publicando o livro Mitos e Verdades sobre o ESG. Durante a apresentação, ela destacou exemplos de estereótipos negativos que circulam sobre o setor e reforçou a importância de transmitir informações de forma transparente.



Resumo do painel:



Comunicação eficiente é tão importante quanto a governança.



Práticas ESG já consolidadas pelo agro precisam ser reconhecidas pelo mercado e consumidor.

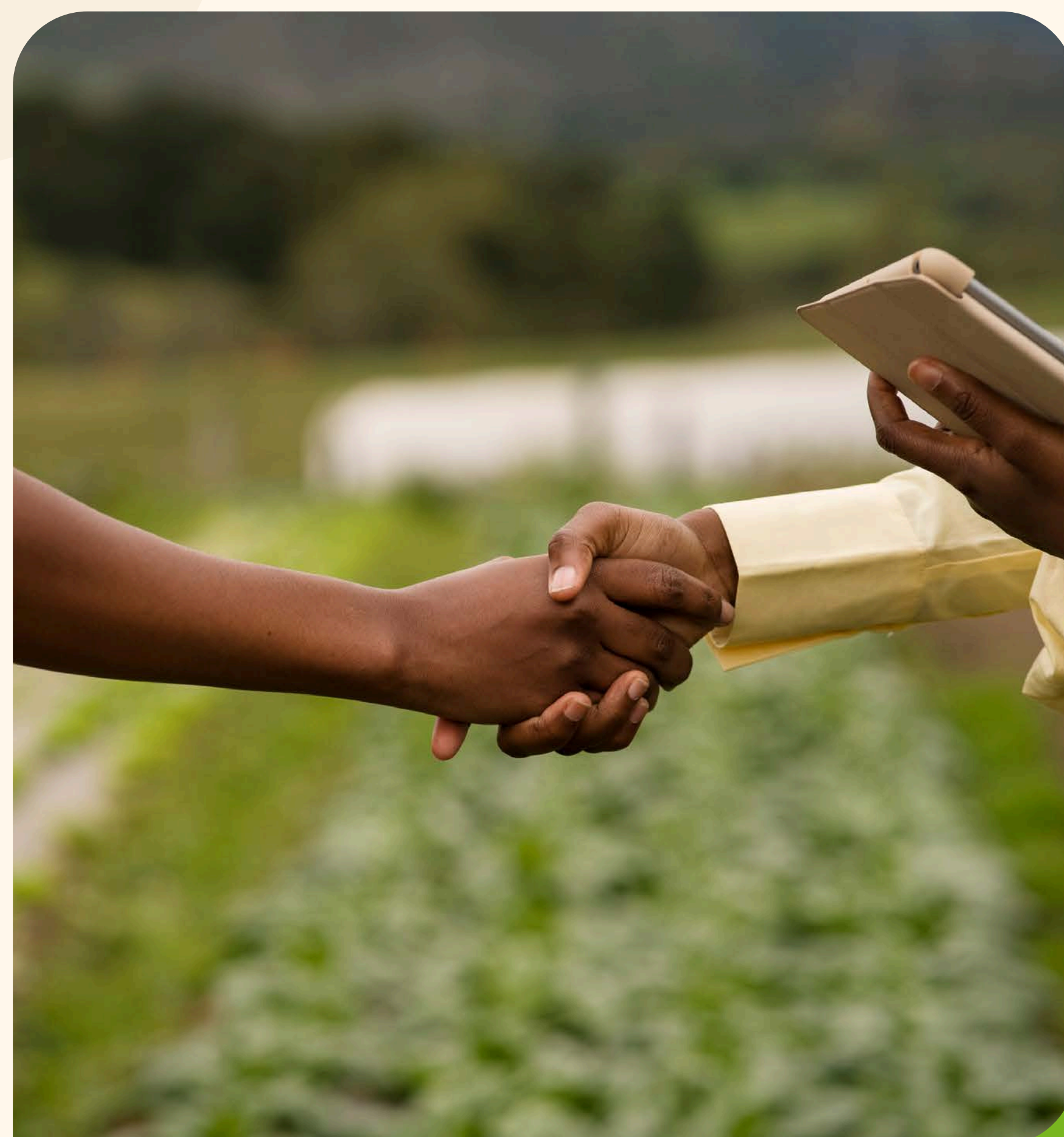


Visão de longo prazo: pensar no legado que quer deixar para os filhos, netos e bisnetos ao tomar decisões no agro.

Confiança se dá na opacidade

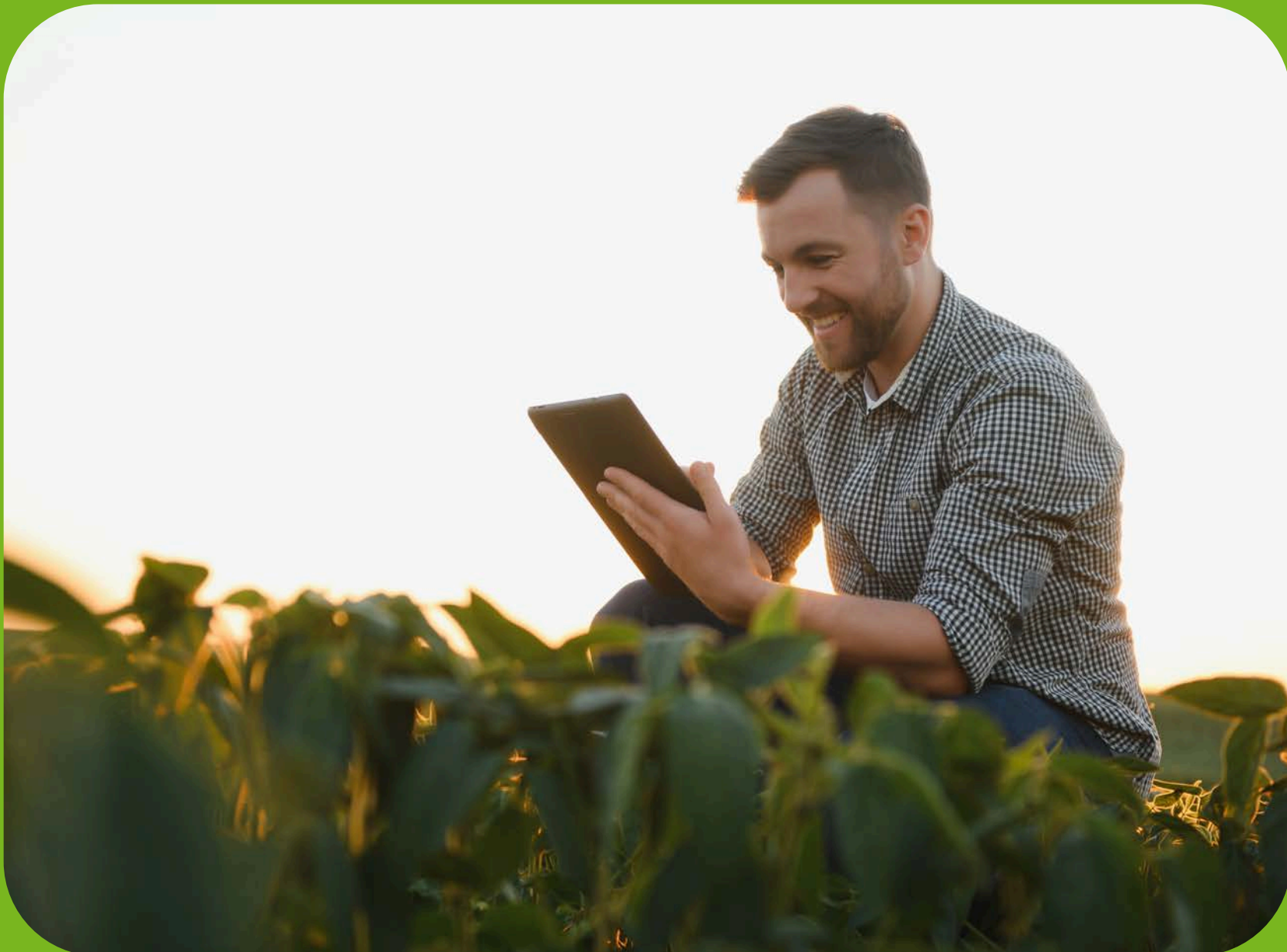
O cooperativismo é o modelo de negócio mais justo e sustentável, mas ainda enfrenta um grande desafio, a comunicação eficiente de suas práticas e resultados.

Apesar do crescimento e relevância do agro para a economia brasileira, os bons resultados não chegam à população de forma clara, por isso, a comunicação precisa ser transparente, coerente e fundamentada na governança.



“Transparência e uma comunicação eficiente são fundamentais. É preciso mostrar não apenas a sustentabilidade do agro, mas também **sua competitividade saudável, para que essas práticas sejam corretamente compreendidas e valorizadas.**”

Sustentabilidade e ESG como diferenciais competitivos



Práticas de agricultura regenerativa, biotecnologia, agricultura de baixo carbono e descarbonização da pecuária já estão consolidadas no campo, mas o consumidor ainda não percebe completamente esse valor, pois o preço ainda é determinante nas escolhas de mercado.

Hoje, a demanda por sustentabilidade vem de investidores, indústrias, reguladores e bancos, que buscam inovação e responsabilidade socioambiental. Ferramentas como a Plataforma Agro Brasil + são instrumentos para comunicar iniciativas de sustentabilidade e criar narrativas de impacto positivo de forma estruturada e transparente.



“Governança sem comunicação é ineficaz e comunicação sem governança é enganação. O equilíbrio entre transparência e consistência é essencial para fortalecer a reputação do agro.”

Perspectiva de longo prazo e legado



Um ponto central da palestra foi a visão de longo prazo, conectando sustentabilidade e **comunicação com a responsabilidade intergeracional:**

- Cada ação do agro deve considerar o que será deixado para filhos, netos e bisnetos;
- ESG deve ser aplicado com transparência, integridade, propósito e responsabilidade;
- A comunicação deve valorizar o conhecimento e os ativos já existentes, mostrando a força e o potencial do agro brasileiro;
- Iniciativas coletivas de imprensa e estratégias de comunicação podem reduzir riscos reputacionais e evidenciar a contribuição do setor à economia e à sociedade.



Conclusão

Ser competitivo, sustentável e bem compreendido não é apenas uma escolha estratégica, mas uma necessidade do agro brasileiro. O setor possui os recursos, tecnologias e práticas ESG, mas ainda precisa avançar na comunicação transparente e coerente.

Aliando inovação, governança e narrativa clara, o agro pode consolidar sua imagem positiva, ampliar sua influência e fortalecer seu protagonismo global, mostrando ao mundo que é um setor responsável, resiliente e preparado para o futuro.



Na era da transparência
tudo pode vir à tona.



Aprendizados

O 6º Fórum do Agronegócio mostrou que ser competitivo, sustentável e bem compreendido é um caminho inevitável para o agronegócio brasileiro.

Entre os principais aprendizados do encontro estão:

1

Integração estratégica:
produção, tecnologia,
governança e comunicação
precisam caminhar juntas.

2

Transparência e narrativa:
contar o valor do agro e suas
práticas socioambientais
fortalece a confiança do
consumidor e dos mercados.

3

Visão de longo prazo:
pensar em sustentabilidade e
legado garante resiliência e
relevância contínua.

4

Uso de dados e inovação:
inteligência de mercado,
bioeconomia e energias
renováveis são ferramentas
para liderança global.

5

Conexão com o consumidor:
aproximar campo e cidade, mostrando
histórias reais de produção, agrega
valor e reforça a reputação do setor.

O agro brasileiro possui tecnologia, conhecimento e práticas ESG. **Avançar na comunicação estratégica é a chave para consolidar sua imagem positiva e exercer liderança global com responsabilidade e protagonismo sustentável.**



SOCIEDADE RURAL DO PARANÁ

Sobre a realizadora:

A Sociedade Rural do Paraná é uma entidade sólida e visionária, dedicada a fortalecer o agronegócio em Londrina (PR) e em todo o estado. Há 79 anos, lidera iniciativas em defesa do setor e do produtor rural.

Mais do que referência em lutas de classe e decisões estratégicas para o desenvolvimento do campo, a instituição sempre manteve diálogo ativo com outros segmentos da sociedade, unindo vozes e ampliando conquistas que beneficiam a todos.

No campo da inovação, destaca-se o SRP Valley, um parque tecnológico que conecta startups, empresas, universidades, produtores e investidores. Por meio da Aceleradora GoSRP e do Hub de Inovação Cocriagro, o espaço estimula a criação de soluções que transformam a realidade do agronegócio.

Com atuação sólida e diversificada, a Sociedade Rural do Paraná reafirma seu compromisso com Londrina e região: promover o desenvolvimento sustentável do agronegócio, incentivar a inovação e valorizar as pessoas que fazem do campo a base do nosso futuro.



www.srp.com.br



@srp_oficial



Parque Ney Braga

Eventos

Sobre o local do evento:

O Parque Ney Braga Eventos, sede da Sociedade Rural do Paraná, não apenas recebeu o Fórum do Agronegócio 2025, mas também contribuiu para o seu sucesso.

Reconhecido como o maior e mais completo complexo de eventos do estado, o espaço abriga cerca de 100 realizações por ano, incluindo a tradicional ExpoLondrina.

Com 500 mil m² de área e uma infraestrutura de destaque, o Parque oferece condições ideais para experiências marcantes, desde encontros intimistas até grandes feiras e congressos.

Além de acesso facilitado, conta com estacionamentos automatizados, áreas de embarque e desembarque e vias totalmente pavimentadas.



Nos vemos na
próxima edição,
anote na agenda:

**03 de setembro
de 2026**