Agências aliam turismo com conhecimento técnico para o agronegócio

Roteiros incluem passeios em empresas nas quais os visitantes têm contato com iniciativas bem-sucedidas, pesquisas, inovações e tecnologias

O Estado de S. Paulo. · 31 out. 2025 · CAROL POLEZE

Conhecer a produção de baunilha no México, a pecuária sustentável da Bolívia, os sistemas de irrigação do Egito ou as fazendas de produção de leite no interior do Brasil. Os roteiros turísticos do agronegócio têm ganhado força no pós-pandemia e crescem em número e faturamento. É mais um segmento em ascensão entre as viagens temáticas.



Aqui há missões técnicas em fazendas ou visitas a empresas do setor para conhecer iniciativas de sucesso, pesquisas, inovações e tecnologias agrícolas, além de expedições para eventos (feiras, principalmente) e viagens de intercâmbio e de incentivo. São organizadas por agências e operadoras especializadas, que também recebem estrangeiros interessados nas rotas do agronegócio brasileiro.

“A demanda é muito grande e tem crescido a cada ano. As empresas estão cada vez mais criteriosas nos investimentos. Às vezes, é melhor investir em uma viagem dessas, que agrega conhecimento, do que ser patrocinador de um evento”, diz Fábio Torquato, fundador da AgroTravel, agência de viagens de Ribeirão Preto (SP).

Como a gama de serviços oferecidos contempla todo o agronegócio, o público-alvo dos roteiros é composto tanto por empresas (B2B, do inglês business to business) como o viajante final (B2C, ou business to consumer). O produtor rural Dirceu Borges, por exemplo, esteve no Uruguai em um grupo de 40 pessoas para visitar propriedades e centros de pesquisa. “Conhecemos a produção diversificada de frutas como uva, maçã, pera, marmelo e kiwi, além do cuidado artesanal na colheita e no armazenamento em câmaras frias”, contou o morador de Goiás, de 40 anos.

Apesar de o foco ser no conhecimento técnico, há sempre a oportunidade de passear pelo destino. A agrônoma Gabriela Terra, de 28 anos, foi recentemente em missão técnica para Guadalajara e Cidade do México, ambas no México. “A gente conheceu produtores de abacate, mirtilo e tomate. Ainda deu tempo de visitar as pirâmides”, conta a profissional, de São Paulo, que já fez outra viagem de agronegócio antes, para uma feira na Argentina.

EM ALTA. O setor tem crescido em bom ritmo nos últimos cinco anos. A Caep Brasil, empresa de origem americana com sede em São Paulo, fatura em torno de R$ 50 milhões ao ano com viagens técnicas para o agronegócio pelo mundo, e mantém uma média de crescimento anual de 20% a 25% desde a pandemia. Atualmente, ela realiza cerca de 60 viagens por ano; antes, eram por volta de 40.

“Nossas viagens são, principalmente, B2B, sendo os nossos maiores clientes as empresas do agro. Os roteiros são diversos, para visitar fazendas, empresas, Bolsas de valores, fábricas e projetos dentro de universidades”, diz o fundador da Caep no Brasil, Flavio Salvadego. Cooperativas, empresas do setor (maquinário, fertilizantes, insumos), produtores rurais e estudantes de agronomia costumam comprar os roteiros.

No caso da AgroTrip, também da paulista Ribeirão Preto, que realiza uma média de 18 viagens de agronegócio por ano, o faturamento e a quantidade de funcionários triplicou no póspandemia. Já a AgroTravel, de Torquato, registrou crescimento de 120% em 2023 e 195% em 2024, se comparados com os anos anteriores. Anualmente, a empresa efetua de 20 a 30 excursões, com grupos que variam de 15 a 30 pessoas.

PACOTES. Pensada de modo diferente para cada cliente, uma viagem técnica de uma semana para os Estados Unidos pela Caep Brasil custa a partir de R$ 37 mil, incluindo passagem aérea. Roteiros de uma semana oferecidos pela AgroTrip – com transporte, hospedagem, acompanhamento técnico, tradutor e alimentação – variam entre R$ 13,4 mil e R$ 18,8 mil por pessoa (sem aéreo). A AgroTravel não forneceu valores, informando que o preço é determinado pelo tipo de circuito e pela duração.

Existem ainda agências que trabalham com viagens de incentivo no agronegócio, quando um roteiro de lazer é concedido como premiação – a funcionários ou clientes – pelas empresas atendidas em missões técnicas. Para esse tipo de turismo, Alemanha e Estados Unidos são alguns dos destinos.

As viagens de incentivo permitiram que companhias não especializadas no agro expandissem sua cartela de serviços, como é o caso da Conextravel. “Abri agência em Ribeirão Preto e nossa carteira de clientes foi montada com base no agro. As empresas nos procuram para que façamos a gestão dessas viagens de ponta a ponta, sejam corporativas, de incentivo, reuniões, feiras e congressos no Brasil ou no exterior”, explica o CEO da Conextravel, Fernando Santos.

ESTÁGIO. Algumas dessas companhias trabalham também com intercâmbios agrícolas, que são uma possibilidade de unir o estágio na área com o aperfeiçoamento de um idioma e o conhecimento em outra cultura. A engenheira agrônoma Ana Gabriela Lopes, de 42 anos, fez dois intercâmbios com estágio remunerado em uma empresa de monitoramento de pragas e doenças na Flórida, em 2012 e 2014. “Quando entrei na faculdade, descobri o intercâmbio agrícola e, por ser

estágio remunerado, era mais acessível. Com a remuneração, eu conseguia usar parte para pagar pelo i ntercâmbio", conta.

O estudante recebe cerca de US$ 1 mil (R$ 5,38 mil) para o estágio remunerado em países como Estados Unidos e Nova Zelândia, informa a Caep Brasil. Podem se inscrever alunos com idades entre 18 e 30 anos, que precisam necessariamente ter nível intermediário de inglês e ser da área agrícola. O intercâmbio dura entre 6 e 12 meses e o pacote custa aproximadamente R$ 27 mil, incluindo passagem aérea. •

"As empresas estão cada vez mais criteriosas nos investimentos. Às vezes, é melhor investir em uma viagem dessas do que ser patrocinador de um evento"

Fábio Torquato

Fundador da AgroTravel