



MENOS INTERMEDIÁRIOS, MAIS MARGENS PARA OS PRODUTORES

AGRI MARKETPLACE A plataforma digital liga a produção agrícola à agroindústria e ao retalho alimentar, reduzindo intermediários e aumentando as margens. Nasceu em Portugal e já tem operações em França, Espanha e Brasil

▼ O plano de negócios foi desenvolvido durante o MBA que os fundadores frequentaram. Criar uma plataforma digital para ligar directamente produtores à agroindústria e ao agroalimentar, reduzindo o total de intermediários envolvidos – na cadeia “tradicional”, é normal um produto passar por dois, três, quatro intermediários, encarecendo-o e diminuindo as margens de produtores e compradores.

No “papel”, o projecto nasceu em 2016. As primeiras transacções aconteceram em 2017. Os testes iniciais visaram só alguns produtos, como cereais e arroz, mas foram suficientes para confirmar: as margens para a produção foram mais altas.

Filipe Núncio, Tiago Pessoa, Luís Silva e José Eduardo são os rostos por detrás da Agri Marketplace, startup que teve

a sua génese em Oeiras. Na plataforma digital que desenvolveram (*agrimp.com*), produtores e compradores, mesmo de países distintos, podem encontrar-se e fechar negócio de forma rápida. Com menos intermediários, é possível ao produtor vender mais caro e ao comprador fechar negócio mais barato, asseguram. Este é, porém, apenas um dos benefícios. Outro é o acesso ao mercado global.

“Permite sair da *pool* dos compradores de proximidade. Um agricultor terá dificuldade em fazer a parte comercial. A plataforma faz esse trabalho por ele”, explica Filipe Núncio. A simplicidade do acesso é outra das mais-valias, isso e não exigir a celebração de contrato ou de exclusividade, nem de cobrar pelo registo. “Não pagam para listar produtos que têm ou que procuram. Se conseguirem fechar uma transacção, há

um *fee* de sucesso”, diz Tiago.

A Agri Marketplace conta com cerca de dois mil utilizadores B2B, tendo operações em França, Espanha, Itália e Brasil, além de Portugal. E se alguém na Europa comprar café a um produtor brasileiro através da plataforma, não o fará às cegas. À desintermediação seguiu-se o desenvolvimento de ferramentas como garantia de pagamentos seguros, logística para entrega dos bens e sistema de controlo de qualidade. O comprador terá sempre acesso a uma avaliação independente do que está a comprar.

2020 fechou com 6 milhões de euros em transacções, valor que este ano foi atingido até Abril. “A estimativa é termos um volume de transacções entre 12 e 14 milhões este ano”, diz Filipe Nunes. “Tem sido um crescimento passo a passo, mas constante.”