

[ESTUDO INÉDITO]

PANORAMA DE MÁQUINAS AGRÍCOLAS NO BRASIL

TRATORES, COLHEITADEIRAS E PULVERIZADORES

A [BIM]³

Referência em Inteligência de Mercado e Estratégia Empresarial: Especialistas na cadeia automotiva e indústria.

Serviços sob medida

Diagnóstico estratégico e planejamento, Implementação de Inteligência Competitiva, Aumento de Eficiência do S&OP e Ambiente regulatório.

Produtos de inteligência

Relatórios de Market Insight, BIM³ tech: Forecast e Tech Monitor & Trends.

Panorama setorial

Nosso compromisso é transformar a escassez de dados em inteligência acionável.

Conheça mais

www.bim3.com.br



EQUIPE TÉCNICA



QUEM FEZ O RELATÓRIO ACONTECER



Gregori Boschi - Sócio Fundador

+20 anos de experiência no mercado Automotivo e Industrial

Mestre: Gestão da Competitividade & Sustentabilidade – EAESP FGV

Mentor Técnico no INSPER – Instituto de Ensino e Pesquisa

[linkedin.com/in/gregoriboschi](https://www.linkedin.com/in/gregoriboschi)



Luís Gustavo Vinha – Estatístico (colaborador)

Professor Associado do Departamento de Estatística da Universidade de Brasília (UNB)

Doutor pela UNB, mestre e bacharel em Estatística pela USP

<http://lattes.cnpq.br/7082165822331367>



Luís Henrique Vinha - Consultor Associado

+25 anos de experiência no mercado automotivo e industrial

Pós graduado em direito empresarial pelo Mackenzie e MBA pelo IBMEC em ESG

[linkedin.com/in/luisvinha](https://www.linkedin.com/in/luisvinha)



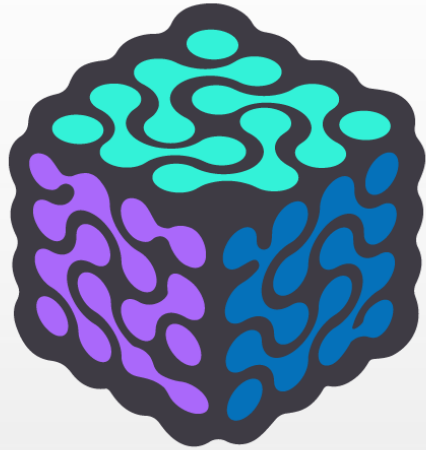
Malú de Sá - Consultora Associada Komorebi - Sócia

+20 anos de experiência em Estratégia de Comunicação, Inovação e Marca

Pós Graduação – ESPM

[linkedin.com/in/maria-lucia-de-sa-596198](https://www.linkedin.com/in/maria-lucia-de-sa-596198)

Realização:



[BIM]³

www.bim3.com.br

Apoiadores:



Associação Nacional dos Exportadores de Cereais



Associação Nacional dos Distribuidores de Autopeças



Sindicato do Comércio Atacadista, Importador/Exportador e Distribuidor de Peças para Veículos no Estado de SP

Parceiro Estratégico:



[ESTUDO INÉDITO]

PANORAMA DE MÁQUINAS AGRÍCOLAS NO BRASIL



TRATORES, COLHEITADEIRAS E PULVERIZADORES

O grande desafio

[A FALTA DE DADOS]

Enquanto o setor automotivo (on-road) **desfruta de dados de emplacamento robustos**, o universo das máquinas agrícolas opera sem registro obrigatório.

Essa "**opacidade informacional**" impede planejamento, investimentos e inovações precisos, deixando todo o ecossistema no escuro.

A iniciativa surgiu da demanda de empresas que enfrentavam a **falta de dados confiáveis** sobre esta frota essencial.



O ineditismo

[VINDO DA PERSISTÊNCIA]

O Panorama é uma iniciativa pioneira da BIM³, que se propôs a **desvendar um segmento crítico do agronegócio**, até então inexplorado com tal profundidade e rigor metodológico. Nosso compromisso é transformar a **escassez de dados em inteligência acionável**.

Nosso orgulho reside em **sermos pioneiros** onde muitos hesitaram, impulsionados pela convicção no poder da inteligência de mercado.

Desafios Superados Dados Confiáveis Gerados

O projeto enfrentou **desafios complexos**, que justificam por que nunca havia sido feito antes:

A pesquisa, inicialmente remota, tornou-se majoritariamente presencial, elevando custos e exigindo **esforço logístico** colossal.

Superamos o “ceticismo de líderes” e a “resistência de produtores”, **validando a metodologia** em campo.

Esta dedicação garante um estudo com “rigor técnico estatístico” e dados primários que são, de fato, **inéditos e confiáveis**.



Inteligência acionável

[VISÃO DA FROTA BRASILEIRA]

- **Tamanho e idade da frota, distribuição por cultura, região e porte de propriedade.**
- **Satisfação com marcas e intenção de troca.**
- **Comportamento de compra, pós-venda e manutenção.**
- **Adoção de tecnologias e planejamento financeiro.**
- **Uma ferramenta estratégica para entender o presente e projetar o futuro do agronegócio com base em evidências.**



Públicos de interesse

O Panorama não é apenas para fornecedores de autopeças. Ele atende a interesses vitais de grandes players.

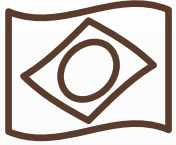
Ele ilumina caminhos para decisões mais precisas.



- Montadoras
- Fornecedores de peças e equipamentos Tier 1 e 2
- Concessionárias
- Locadoras de maquinários
- Metalúrgicas
- Institutos de P&D
- Instituições de Ensino
- Consultorias
- Meios de Comunicação
- Financeiras e demais setores de serviço relacionados ao setor
- Associações de classe (Sindicatos, Cooperativas)



Áreas de investigação



Visão da Frota Circulante: nacional

Idade média: por maquinário.
Presença de tipos de máquinas por cultura: nacional.
Composição da frota entre própria x alugada.



Comportamento de consumo

Como adquirem: compra x aluguel.
Como viabilizam a compra: financiamento x recursos próprios.
Tecnologias presentes e desejadas no campo.
Meios de comunicação utilizados.
Marcas compradas e avaliação.



Hábitos de consumo no pós-venda

Manutenção das máquinas: preventiva x corretiva.
Fontes de informação

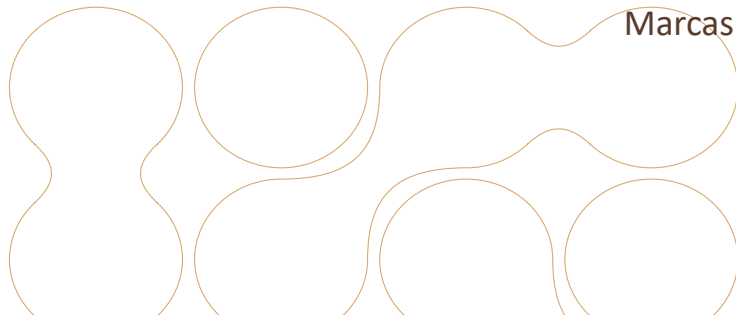
- Local
- Canal de manutenção
- Canal de Reposição

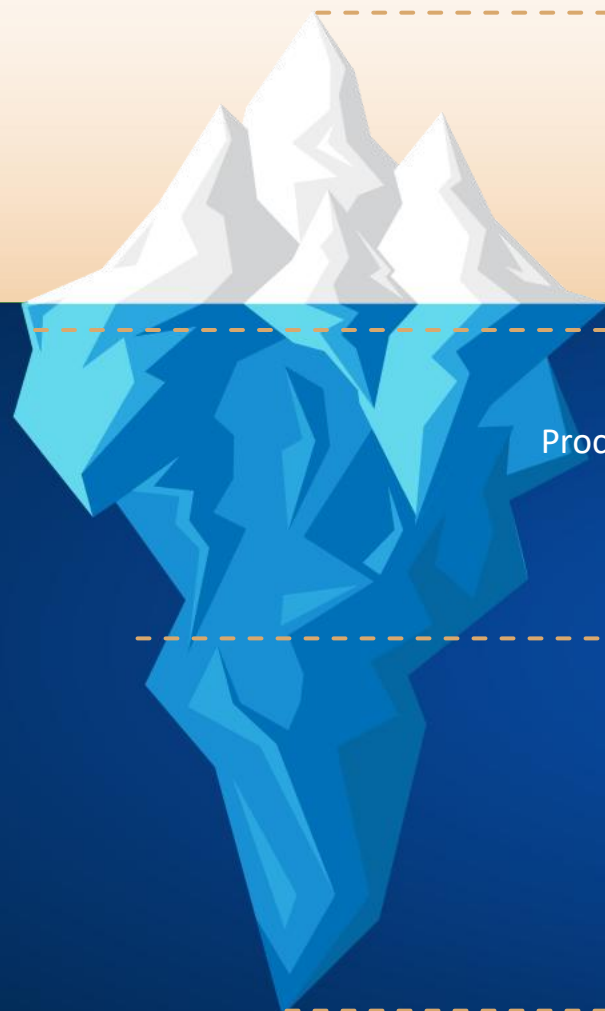
Peças de reposição: original x genuína x paralela.



Aprofundamento por máquinas

Penetração Nacional.
Distribuição da frota.
Presença de tratores comprados x alugados: por tamanho de propriedade.
Atributos mais importantes para aquisição de um maquinário.
O papel das tecnologias.
Como adquirem as máquinas.
Ranking de avaliação das marcas principais do segmento.
Competitividade.
Manutenção de maquinário.





Frota total por categoria
Idade media por categoria

White Paper

Frota e idade por potência
Processos de Aquisição (tipo de Cultura e Região)
Preferencias de Créditos e Financiamento
Reunião de Consultoria de 2 horas

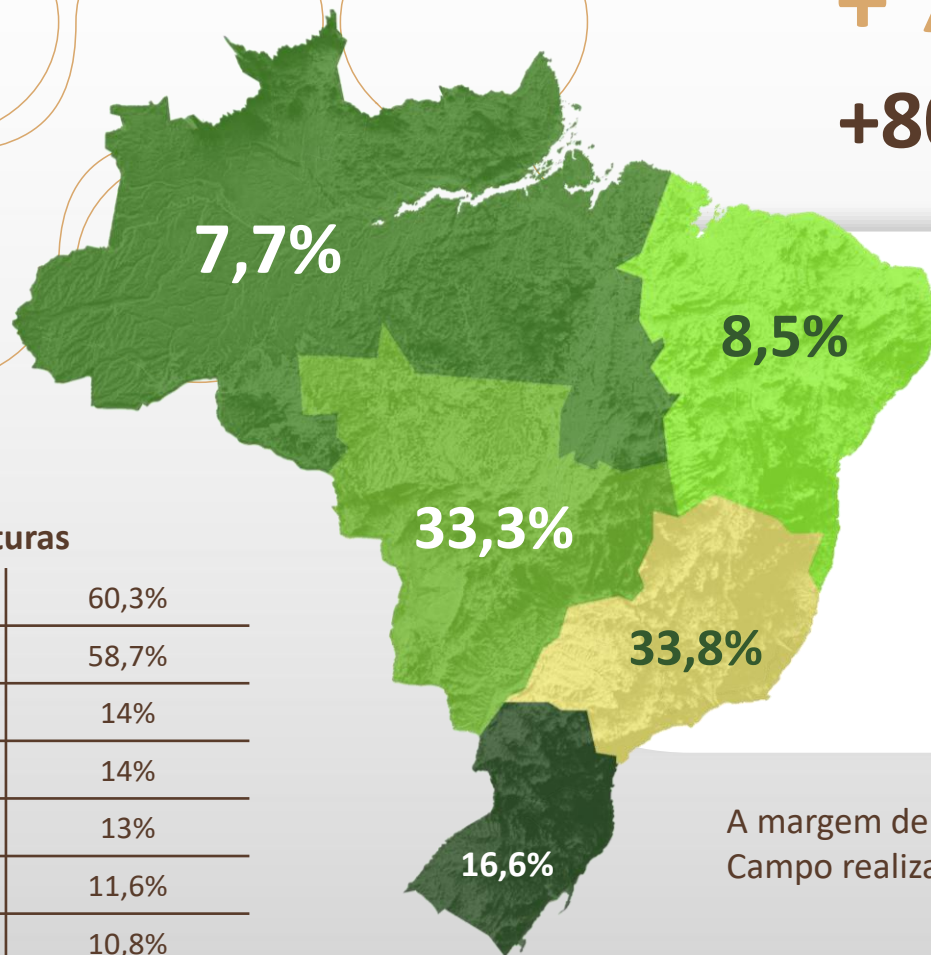
Relatório Especial

Frota total por estado
Idade média por faixas de idade
Penetração de Marca por Região
Satisfação de Marcas
Reunião de Consultoria de 2 horas
3 Licenças para Dashboard

Dashboard

Diferentes perspectivas, muita profundidade

+ 700 RESPONDENTES
+80% entrevistas presenciais



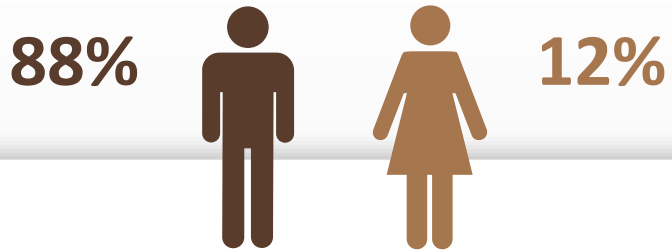
Culturas

Milho	60,3%
Soja	58,7%
Trigo	14%
Café	14%
Algodão	13%
Cana de açúcar	11,6%
Arroz	10,8%

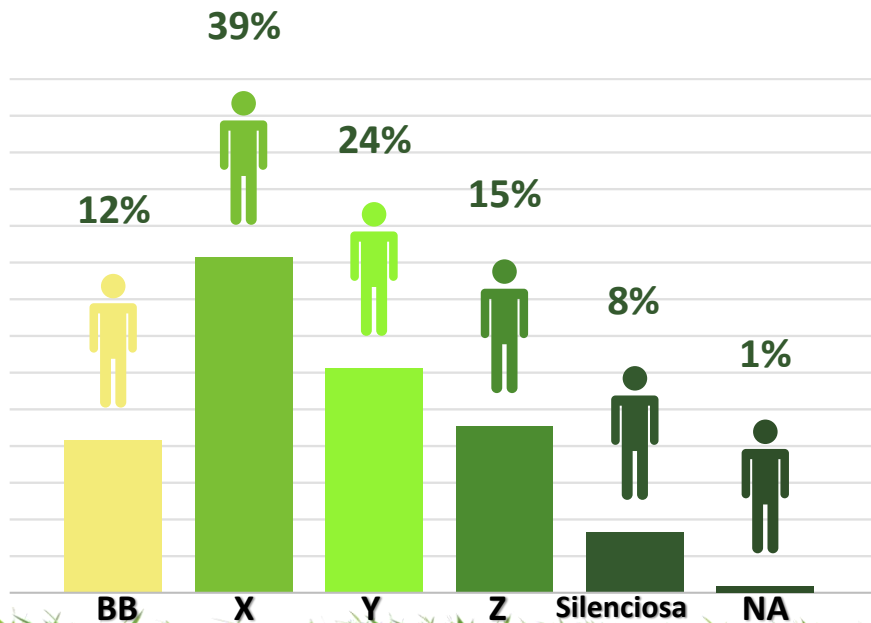
Tamanho da propriedade	%
Acima de 1.000 ha	64%
201 ha – 1.000 ha	
51 ha – 200 ha	18%
10 ha – 50 ha	17%
Até 10 ha	
	100%

A margem de erro deste estudo foi de 3,4pp e intervalo de confiança de 95%.
Campo realizado de Janeiro de 2025 a Agosto de 2025.

Os decisores de compra de máquinas agrícolas tem entre 40 a 60 anos de idade



DECISORES E GERAÇÕES



[ALGUMAS NUANCES DE PERFIL ENCONTRADAS]

Quanto maior a propriedade, mais a decisão se concentra no **sexo masculino**.

Café possui maior representatividade feminina na decisão de compra das máquinas: **18%**.

A decisão de compra da máquina é concentrada

+ 70% Proprietário ou Familiar

O CONTEXTO DO MAQUINÁRIO AGRÍCOLA BRASILEIRO



UMA VISÃO DA FROTA CIRCULANTE NACIONAL

A frota circulante de máquinas no Brasil:

Mais de 1,6 milhão com crescimento previsto de 6% para 2030.



[Máquinas autopropelidas]

Frota Circulante em 2025

Tratores: **1.353K**

Colheitadeiras: **217K**

Pulverizadores: **82K**

Frota Circulante em 2030

Tratores: **1.478K**

Colheitadeiras: **230K**

Pulverizadores: **90K**

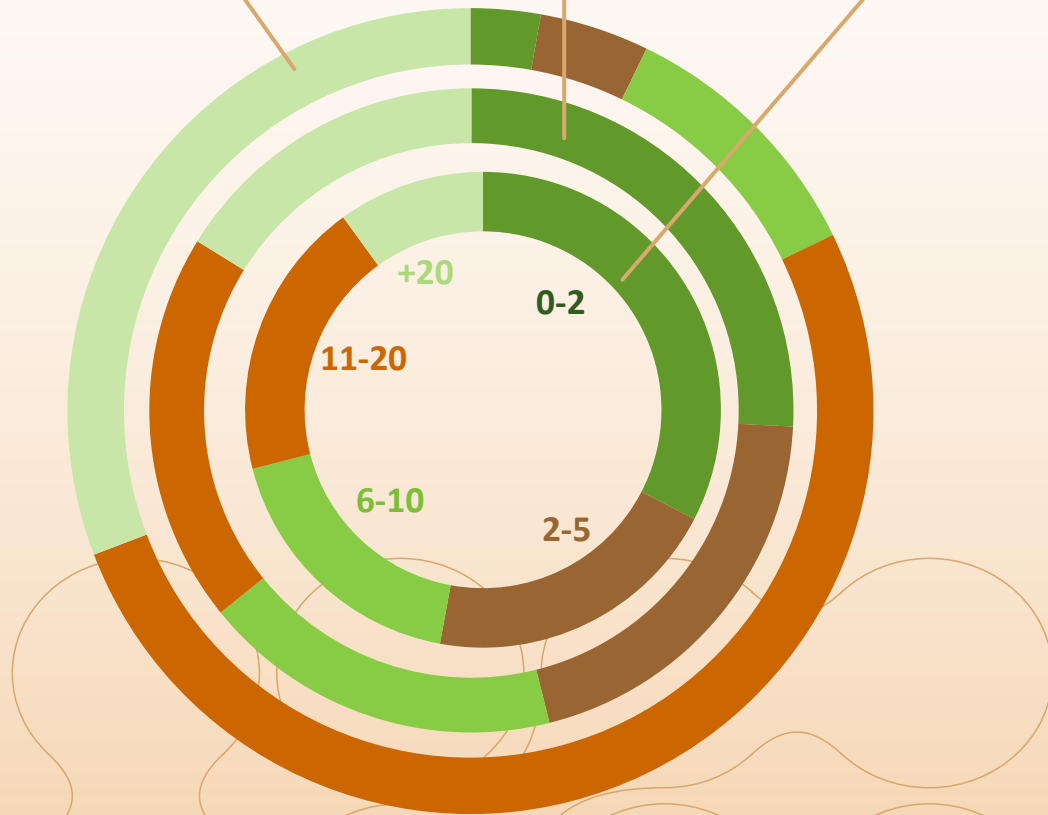
Ajuste / Ponderação por meio de dados secundários
Projeção 2030 – BIM³

*Capacidade de Projeções por tipo de cultura, tipo de máquina e segmento

Colheitadeiras e Pulverizadores têm a frota mais jovem!

Idade Média: 15 anos

Tratores: 17,98 anos
Colheitadeira: 10,22 anos
Pulverizador: 8,33 anos



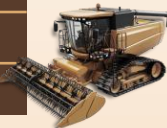
Ajuste / Ponderação por meio de dados secundários

Idade média por máquina e categoria no Relatório Especial

Tratores	Ate 85cv	85~199cv	Acima 200cv
Até 2 anos			
De 2 a 5 anos			
6 a 10 anos			
11 a 20 anos			
Acima de 20 anos			



Colheitadeira	Ate 200cv	200cv~350cv	Acima 350cv
Até 2 anos			
De 2 a 5 anos			
6 a 10 anos			
11 a 20 anos			
Acima de 20 anos			



Pulverizador	Barra 24M	24M a 36M	Mais de 36M
Até 2 anos			
De 2 a 5 anos			
6 a 10 anos			
11 a 20 anos			
Acima de 20 anos			



O uso de colheitadeiras de terceiros é maior.

[Quantidade de Propriedades que terceirizam máquinas]



11%



38%

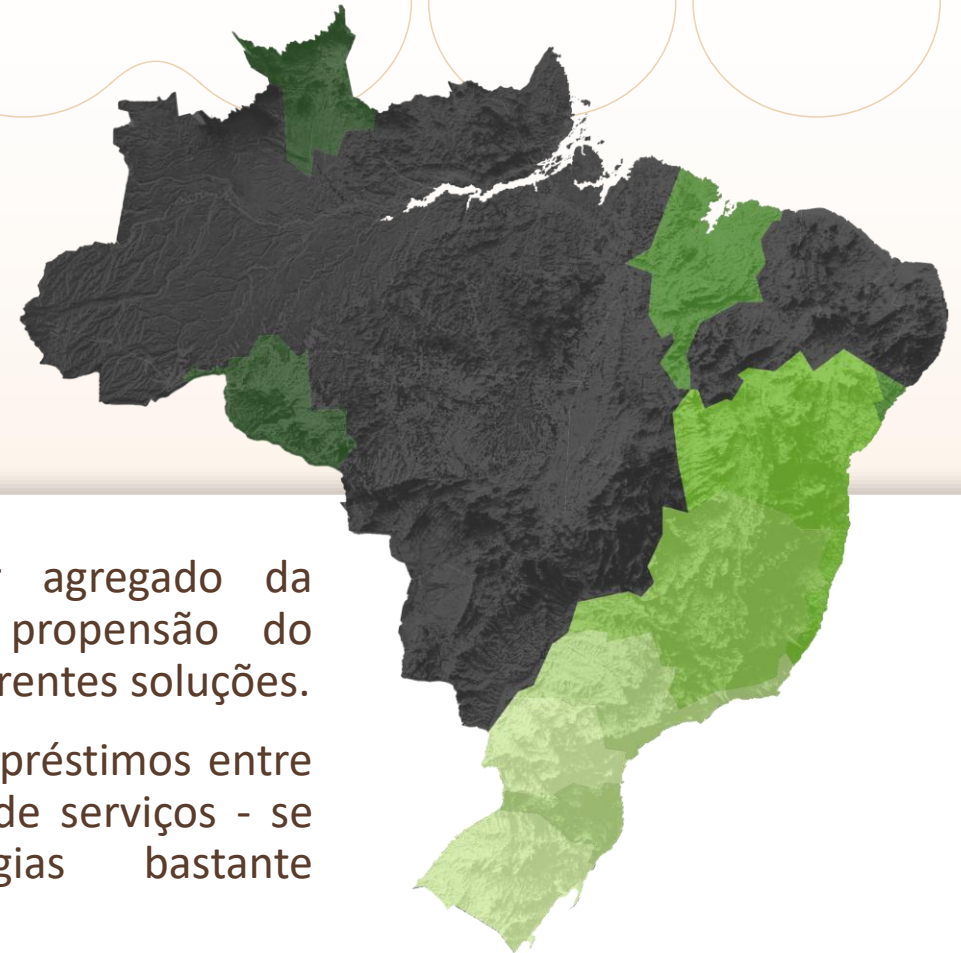


19%

Dados observados na pesquisa

Quanto maior valor agregado da máquina, maior a propensão do produtor a buscar diferentes soluções.

Além da locação - empréstimos entre vizinhos e prestação de serviços - se mostraram estratégias bastante utilizadas.



Dados estratificados por tipo de cultura e região no Dashboard

Penetração das marcas

[Ranking total Brasil]



[Ranking total Brasil por tipo de máquina]



1º John Deere

2º New Holland

3º Massey



1º John Deere

2º New Holland

3º Massey



1º Jacto

2º John Deere

3º Stara

1º John Deere	1º John Deere	1º Jacto
2º New Holland	2º New Holland	2º John Deere
3º Massey	3º Massey	3º Stara

1. Consolidação da Presença da Jonh Deere e New Holland em Tratores e Colheitadeiras
2. Players nacionais consolidados em Pulverizadores
3. Penetração das marcas se altera significativamente nas diferentes culturas e regiões pesquisadas.

Dados detalhados no Relatório Especial e Dashboard

COMPORTAMENTO DE CONSUMO



COMO E POR QUE COMPRAM

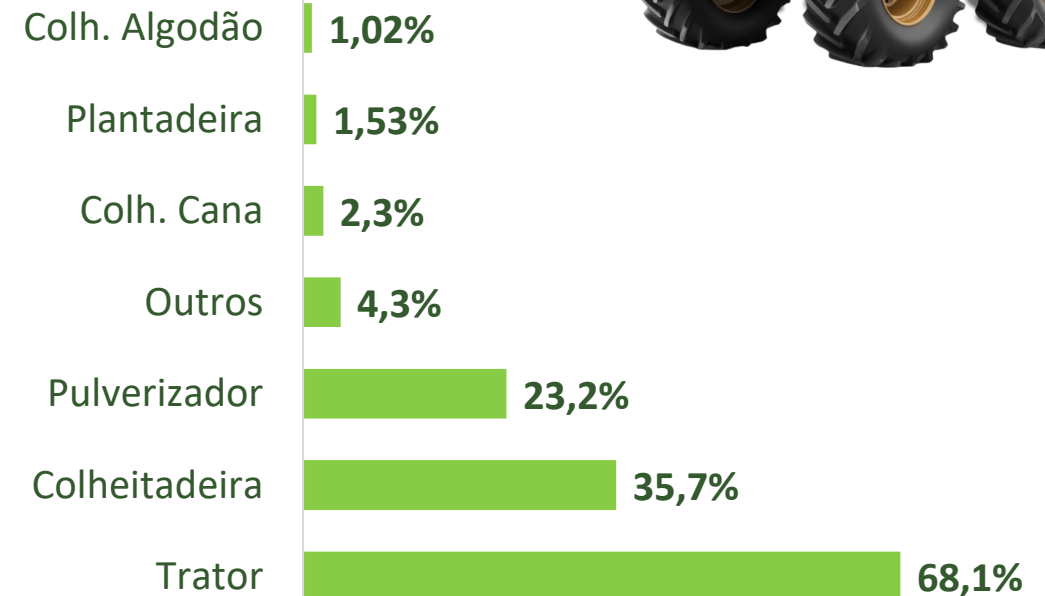
Aquisição de máquinas:

Aceleração na renovação ou expansão de colheitadeiras e pulverizadores.

Intenção de aquisição nos próximos 2 anos



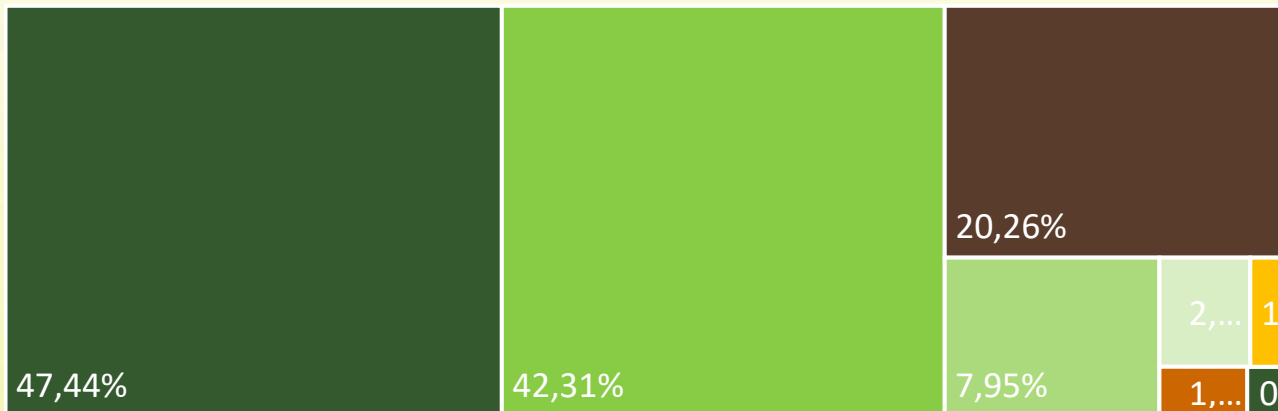
Tipo de máquina



Renovação de frota




Motivadores

- Renovação de maquinário por tecnologia mais moderna
- Aumento da minha capacidade de produção
- Renovação maquinário - máquina atual muito antiga
- Mudança de tipo de cultura e adequação do maquinário
- Melhoria de acesso ao crédito
- Não depender de terceiros



Dados da Pesquisa – Respostas Múltiplas

Quando?

			
Este ano	25%	11%	9,4%
Em 2 anos	30%	17%	9,9%
2 a 5 anos	12%	5%	3,2%
+6 anos	02%	*OBS	*OBS
NA	03%	3%	*OBS

Formas de aquisição

[De onde vêm os recursos]

35,7% Recurso próprio

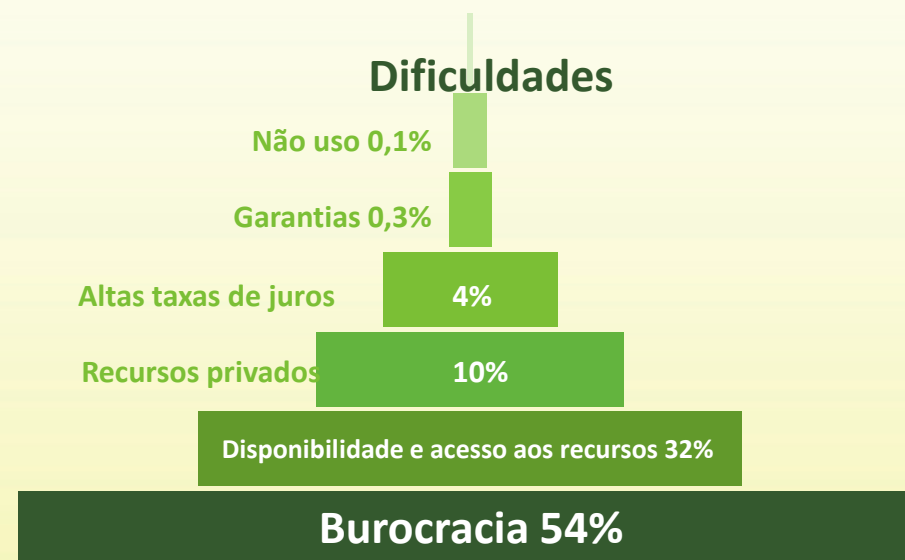
33% Financiamento

58,6% Ambos

40%

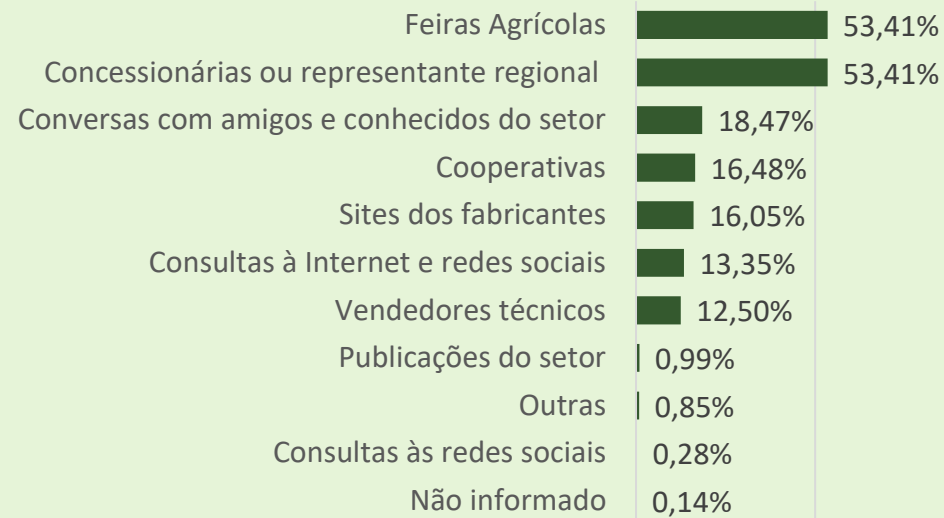
Utiliza programas de incentivo

Instituição	Frequência de uso		
	Não utiliza	Utiliza pouco	Utiliza sempre
Banco estatal	0,16	0,30	0,53
Banco privado	0,20	0,40	0,40
Direto indústria	0,60	0,33	0,07
Cooperativas	0,48	0,31	0,21
Fintech	0,85	0,13	0,01
Consórcios	0,65	0,28	0,07

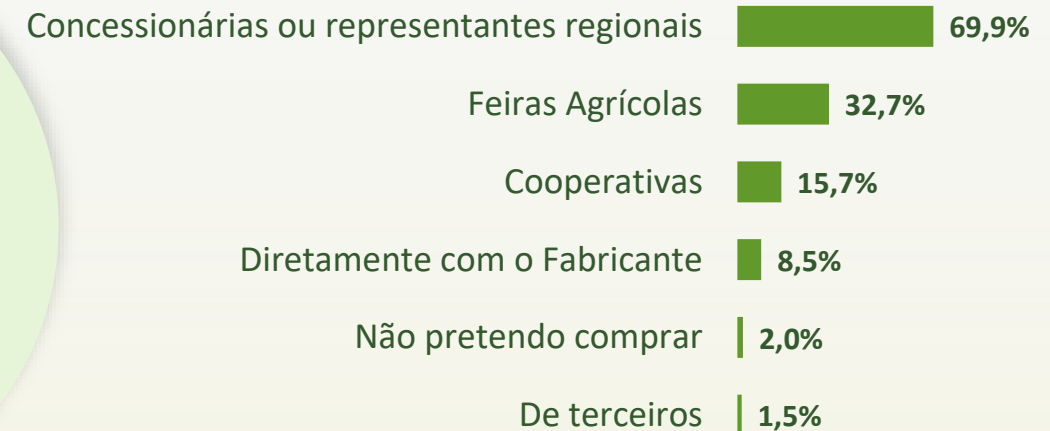


Como se informam e onde compram?

Múltiplos canais de informação



Ocasião de compra



Os produtores mantêm a tradição de se informarem nas feiras regionais e através dos concessionários, contudo a aquisição de uma nova máquina ainda ocorre majoritariamente através dos concessionários ou representantes evidenciando a importância da capilaridade de rede

Tecnologia

Dados disponíveis no Relatório Especial



GPS
Piloto Automático

Atual

Transmissão de dados
Ajustes automáticos
Direção hidráulica

Desejado



GPS
Monitoramento de dados
Monitor produtividade
Automação
Sensor produtividade
Câmeras para mapear terreno
Agricultura de precisão
Cuidado e separação grão

Telemetria
Monitor da colheita e envio de dados
Controle de nível



GPS
Corte de seções
Piloto automático
Desligamento bico a bico
Aplicação e controle bico a bico
Sensores

Controle de barra automático
Pulverização dirigida
Gerenciamento
Pulverização
Precisão aplicação

Básico

Estendido

Ampliado

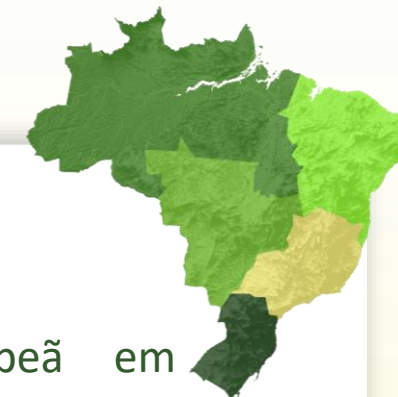
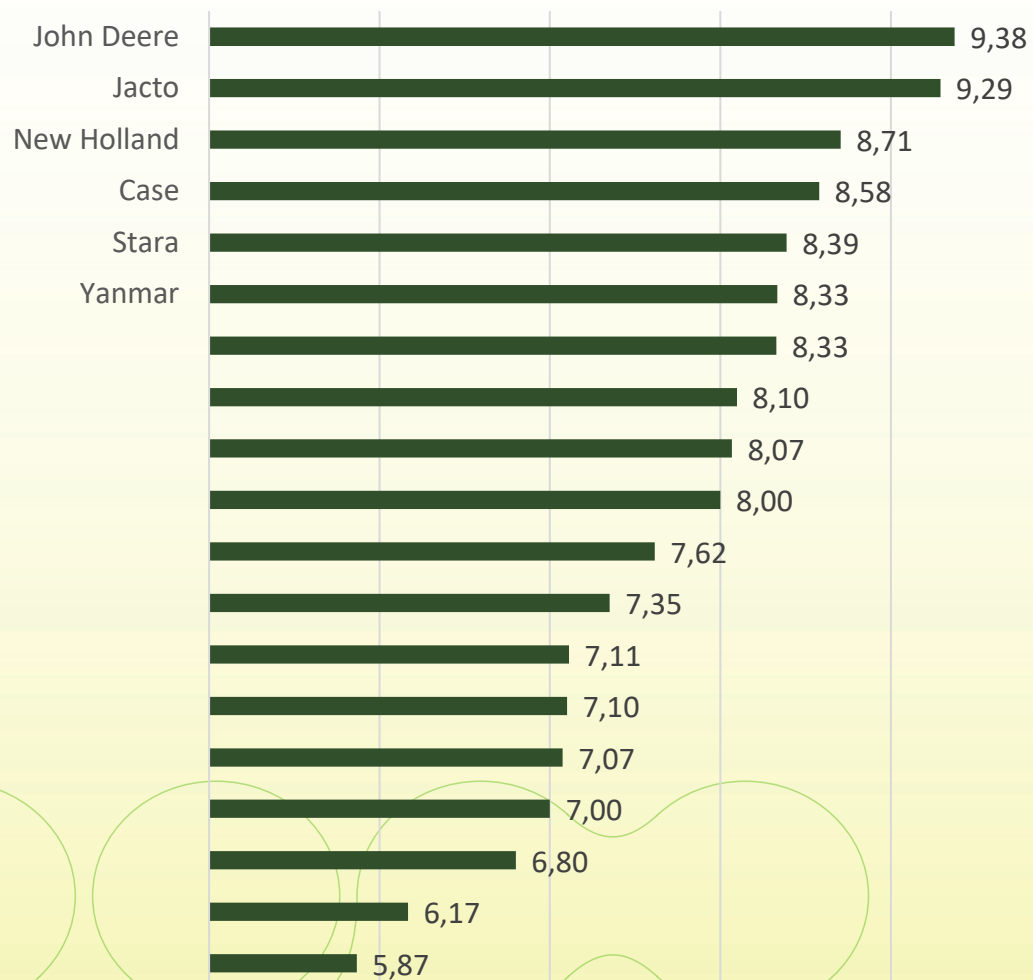
Estendido

Ampliado

As tecnologias atualmente utilizadas são as mais comuns e pouco sofisticadas.

O produtor rural demonstrou desejo por mais tecnologia embarcada, embora exista carência de infra estrutura para 4G e 5G, que impede o uso de todo o potencial oferecido. Também demanda maior conforto e simplicidade no uso do equipamento.

Satisfação das marcas



John Deere revelou-se a campeã em satisfação, com o Line up completo.

Empresas com line up mais restritos, também apresentaram boas performances como : Jacto, Stara e Yanmar.

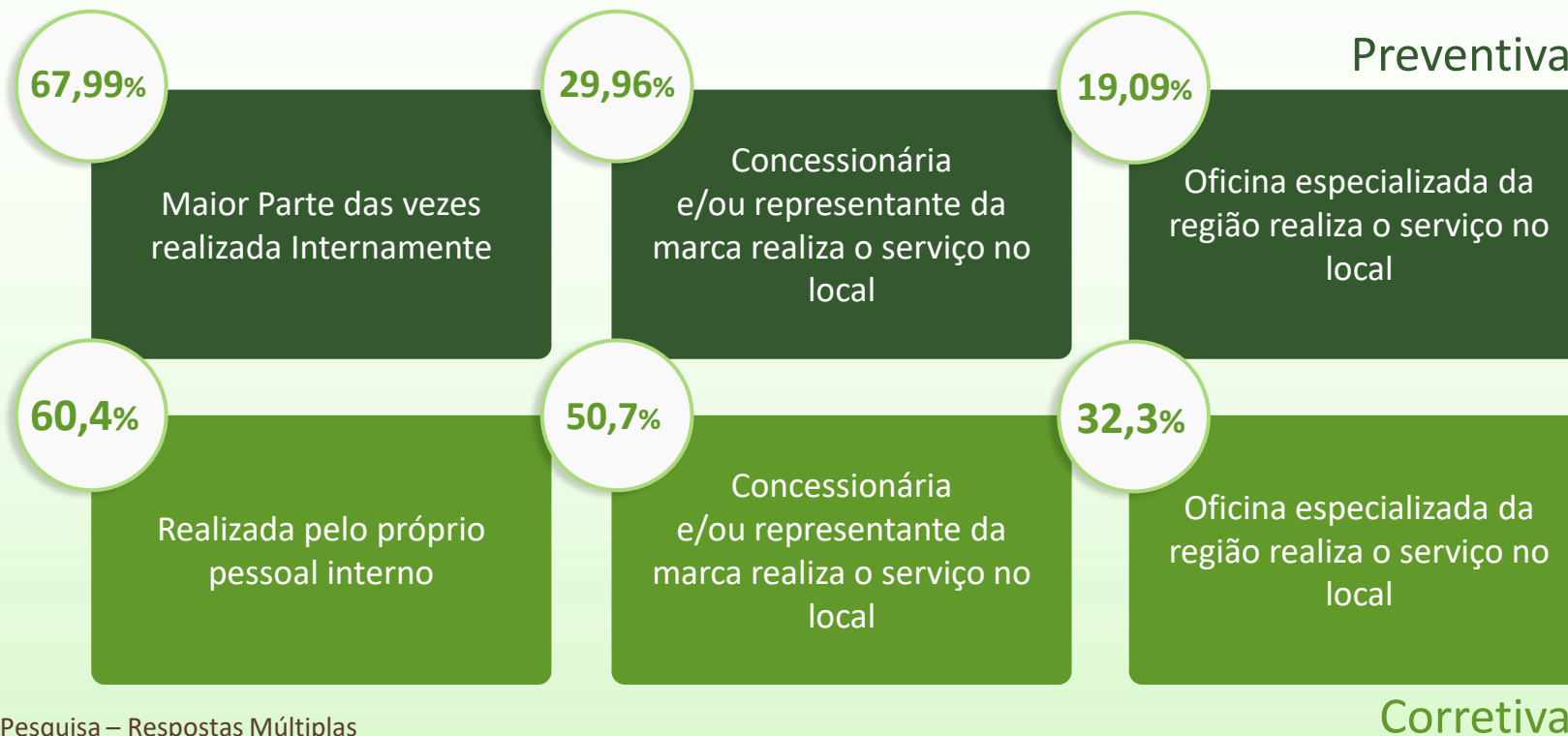
***As marcas foram avaliadas pelos agricultores que as possuem.**

HÁBITOS DE CONSUMO NO PÓS-VENDA



Manutenção e reposição no mercado

Manutenção



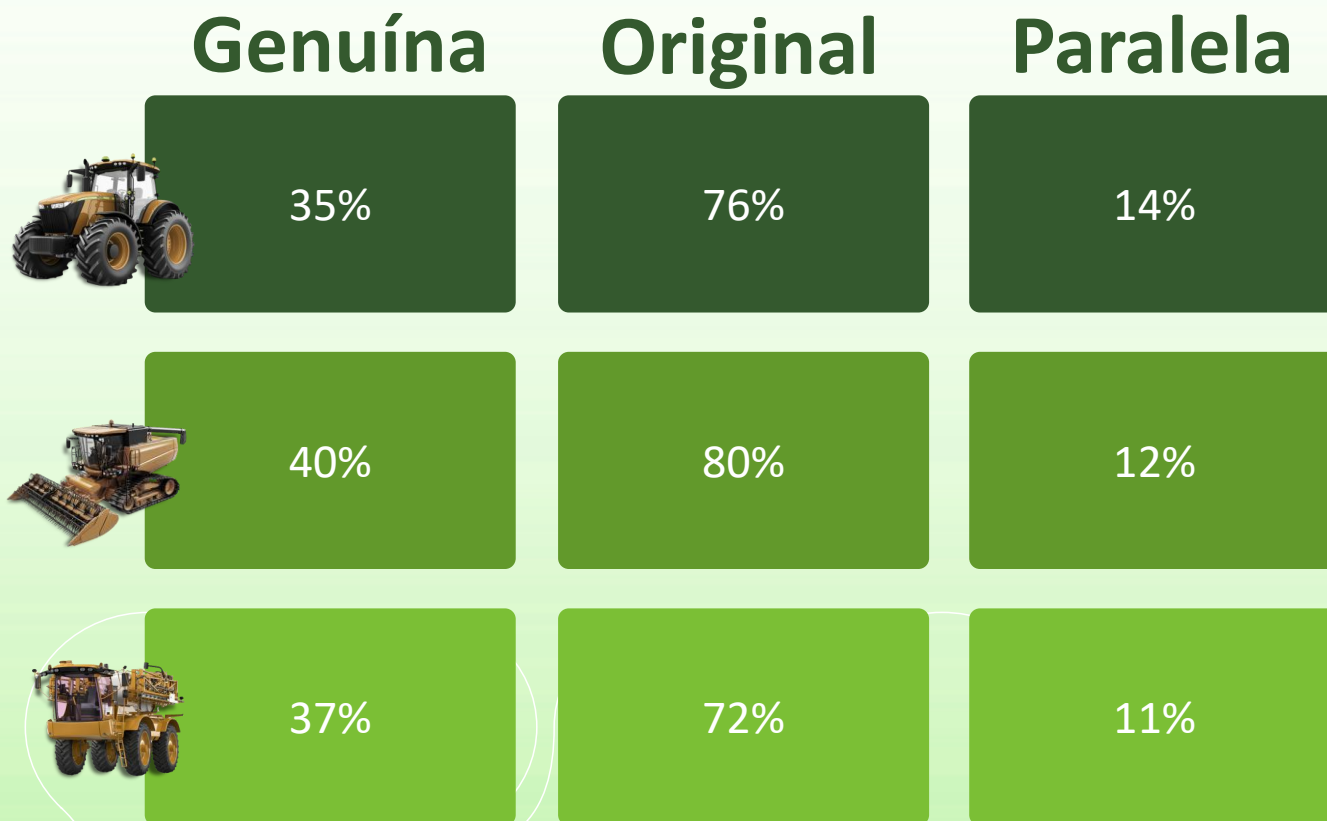
Respostas agregadas.
Dados coletados
Por categoria de máquina

Dados da Pesquisa – Respostas Múltiplas

Grandes propriedades têm maior tendência em realizar a manutenção internamente e ações corretivas em concessionárias, enquanto pequenos proprietários recorrem a oficinas ou internamente

Origem das peças

[Probabilidade de sempre adquirir]



+70%
Concessionária ou representante

+40%
Autopeças da região

Respostas agregadas.
Dados coletados por Marca

[ESTUDO INÉDITO]

PANORAMA DE MÁQUINAS AGRÍCOLAS NO BRASIL

Para mais informações: contato@boschiconsultoria.com.br