

Compromisso com a sustentabilidade impulsiona parcerias estratégicas no agronegócio

Empresa de Mato Grosso monta fábrica em Cuiabá para atender clientes com vestuário corporativo, que visam adquirir produtos sustentáveis

A Almagrino, marca mato-grossense de vestuário de algodão com origem no campo e foco em sustentabilidade, inaugurou recentemente uma fábrica em Cuiabá (MT) para reforçar sua atuação junto a empresas que valorizam qualidade, rastreabilidade e também precisam do produto em um curto espaço de tempo. A nova estrutura foi pensada para garantir maior monitoramento sobre o processo produtivo, desde o plantio da pluma até a peça final, além de agilidade, entregando soluções personalizadas ao mercado corporativo.

“A gente implantou essa fábrica em Cuiabá para ter maior controle da qualidade e dar velocidade ao atendimento de nossos clientes. Como temos a expertise da produção dentro de casa, conseguimos ser mais ágeis e manter um padrão elevado de entrega, com preços mais competitivos pela localização estratégica”, afirma Pedro Sávio, sócio fundador da Almagrino.

A marca, que nasceu com foco no varejo e utiliza algodão 100% rastreável por meio do programa SouABR, da Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (ABRAPA), passou a receber demandas de empresas interessadas em oferecer aos seus colaboradores e clientes peças alinhadas às práticas sustentáveis. Esse movimento impulsionou a expansão para o segmento corporativo, culminando na criação da linha Projeto50 (P50), dedicada a produtos personalizados confeccionados com algodão certificado e rastreável, voltados para organizações que valorizam a sustentabilidade.

A nova fábrica em Cuiabá é conduzida por uma liderança técnica e inovadora: a engenheira de produção Maria Clara Manhani, que trouxe uma visão de indústria de alta performance para a confecção. “A gente acompanha todo o ciclo, do campo ao guarda-roupa. Isso representa um avanço em direção à transparência e à sustentabilidade na indústria têxtil”, explica. Com processos otimizados e rastreabilidade total via QR Code, cada peça entrega ao consumidor final a história completa da cadeia produtiva, desde quem plantou o algodão até quem costurou a peça. “Esse cuidado garante qualidade, durabilidade e, principalmente, confiança”, conclui Maria Clara.

Do agro para o agro: vestindo quem cultiva com propósito

Parceira do movimento Sou de Algodão, também da ABRAPA, a Almagrino vem sendo reconhecida por grandes empresas do setor agropecuário por sua atuação alinhada aos princípios ESG. É o caso da multinacional alemã BASF. “A BASF Soluções para Agricultura, como apoiadora do Sou de Algodão e promotora de uma agricultura mais sustentável, procura investir em parceiros que estão comprometidos com esse propósito também. É o caso da Almagrino, que tem produzido peças com a certificação ABR, sempre com responsabilidade e investindo em inovação. Para além da rastreabilidade, também percebemos a qualidade em seus produtos, fortalecendo a parceria duradoura ao longo desses anos”, afirma Warley Palota, gerente sênior de Marketing para Algodão no Brasil da BASF.

Entre os clientes da Almagrino também está a UpCampo, startup voltada à gestão operacional de fazendas. Para Jonas Rotilli, proprietário da empresa, a escolha da marca tem tudo a ver com identidade e coerência. “São duas marcas ligadas ao agro, conectadas pela produção de algodão: uma no campo, outra no vestir. O que mais chamou atenção foi o compromisso com a origem: roupas feitas com algodão 100% brasileiro, valorizando quem

está na base de tudo, que é o produtor. Escolher a Almagrino é valorizar a qualidade, a sustentabilidade e o que é feito aqui na nossa terra. Isso nos representa”, afirma Rotilli.

Fora da porteira: rastreabilidade e ESG também conquistam o setor da comunicação

O conceito da Almagrino ultrapassou os limites do campo e atraiu empresas de outros segmentos. Um exemplo é a Rede Mato-grossense de Comunicação (RMC), que celebra 60 anos em 2025 e escolheu a Almagrino para confeccionar camisetas comemorativas que serão entregues para quase 800 colaboradores.

Segundo Cícero Mariano, gerente de Sustentabilidade da RMC, a escolha foi pautada pela afinidade com os valores ESG, cada vez mais presentes na cultura da empresa. “A nossa preferência pela Almagrino se dá em um contexto de afinidade com os pilares do ESG. O posicionamento da marca tem propósito enquanto fábrica de vestuário que respeita o meio ambiente, rastreia sua operação na cadeia produtiva e segue boas práticas com conduta ética e compliance justo e sustentável”, afirma. “Entendemos que marcas que se calam perdem espaço. E as que se posicionam com propósito genuíno conquistam mais do que relevância: criam conexões, inspiram mudanças e moldam o futuro.”

Com raízes no agro, mas com visão ampla sobre o impacto de suas ações, a Almagrino segue expandindo fronteiras e mostrando que vestir com responsabilidade é também vestir de forma inovadora e comprometida com um futuro mais promissor, dentro e fora da porteira.