

Empresa pretende conectar produtores de lã a artesãos e indústria local

Concentrando atualmente quase 100% da produção nacional de lã, o Rio Grande do Sul mantém a liderança absoluta no setor ovino brasileiro. As regiões Sul, da Fronteira Oeste e da Campanha reúnem a maior parte dessa produção, que movimenta uma cadeia produtiva reconhecida internacionalmente pela qualidade da matéria-prima. Apesar do potencial econômico, o segmento ainda enfrenta desafios relacionados à escassez de mão de obra especializada e às limitações da industrialização nacional.

Conforme apontou uma reportagem do Jornal do Comércio, apenas 25% da lã produzida em território gaúcho é processada pela indústria brasileira. O restante segue, principalmente, para o mercado externo. O Uruguai é um dos principais destinos da produção, funcionando como elo intermediário antes da exportação para países como a China.

Anualmente, o rebanho ovino gaúcho produz cerca de 8 milhões de quilos de lã. Grande parte desse volume passa por cooperativas responsáveis por parte do processo do produto antes da comercialização. Ainda assim, a falta de processamento interno limita o desenvolvimento de uma cadeia mais robusta

e diversificada.

Foi nesse cenário que surgiu a **Inova Lã**, startup criada pelo empreendedor Thiago Cezimbra. Há pouco mais de seis meses no mercado, a empresa nasceu a partir de uma tradição familiar de mais de seis décadas ligada à esquila — nome dado à tosquia de ovelhas na região da Fronteira Oeste. O negócio foi selecionado para o programa Inova Pampa, do Sebrae Startups, e figurou entre os finalistas do Demoday. Recentemente, participou pela primeira vez da Gramado Summit.

O empreendedor representa a terceira geração de uma família ligada à atividade. A história começou com o avô, que há mais de 60 anos adquiriu uma máquina de esquila importada da Inglaterra. O pai do empreendedor segue atuando no setor. “Nasci dentro de um galpão de esquila e cresci acompanhando meu pai e meu avô. Sempre vi a necessidade dos produtores e a dificuldade em encontrar equipes para realizar o serviço”, relata Thiago.

A escassez de profissionais especializados é um dos principais gargalos identificados pela startup. Embora o Rio Grande do Sul possua um dos maiores rebanhos ovinos do País, muitos



Marcelo Chiarello e Thiago Cezimbra marcaram presença como expositores pela primeira vez

produtores precisam contratar trabalhadores uruguaios para realizar a esquila durante a safra.

Para enfrentar essa realidade, a **Inova Lã pretende implantar a primeira escola de esquiladores do Brasil**. O objetivo é formar profissionais e contribuir para a preservação de uma atividade. A startup trabalha também

para conectar diferentes elos da cadeia produtiva. A proposta inclui a comercialização da lã diretamente para artesãos e pequenas indústrias, segmento que frequentemente encontra dificuldades para adquirir matéria-prima. “Foi pensando também nos artesãos. Muitas vezes, eles não conseguem comprar lã dire-

tamente do produtor, porque a maior parte da produção já está comprometida com a indústria”, explica o empreendedor.

Desde a participação na Gramado Summit, a empresa já realizou o atendimento de aproximadamente 3 mil ovelhas.

Leia a matéria completa em geracaooe.com

Startup de creme que protege produtores de tabaco mira internacionalização

Proteger os fumicultores é o escopo da **Protege Química**. A marca de Santa Cruz do Sul desenvolveu um creme de prevenção para a doença da folha verde do tabaco, muito comum em produtores da fumicultura. A empresa, que venceu a batalha de startups da Gramado Summit 2026, atualmente possui prospecções de expansão, voltadas principalmente ao processo de internacionalização.

Fundada em 2021 pelas empreendedoras Júlia Giovanaz Nunes, 25 anos, e Franciele Pedroso Carraro, 24 anos, a Protege Química começou a circulação do produto após dois anos de testes. “Foi um longo processo de evidência e estudo científico em cima do produto para garantir que é seguro, adequado e eficaz”, conta Júlia.

O momento descrito como virada de chave para a iniciativa foi a oportunidade de apresentar o produto para grandes líderes globais e tomadores de decisão de grandes indústrias fumageiras em um congresso da Coresta, uma associação que tem como objetivo promover e facilitar a cooperação interna-

cional e as práticas em pesquisa científica ligadas ao tabaco e seus derivados. A organização possui uma força tarefa dedicada ao problema da doença da folha verde do tabaco, e foi no evento ocorrido na Indonésia no ano passado que surgiu a possibilidade de divulgação mundial do trabalho que vem sendo feito pela empresa no Brasil.

“Depois de cinco anos de trabalho, conseguimos entrar nesse grupo. As oportunidades internacionais e as avaliações clínicas vieram. Tivemos a oportunidade de conversar com quem realmente trabalha se dedicando a esse assunto”, detalha Júlia.

Foram oportunidades como essas que impulsionaram as expectativas de levar o creme da Protege Química para outros lugares do mundo, principalmente localizados na África e na Ásia. Para as empreendedoras, já existia a percepção de necessidade do seu trabalho para fora do Brasil, visto a amplitude internacional da doença.

“A nível mundial, já havíamos feito uma pesquisa que a única forma recomendada de prevenção são as capas plásticas.



A Protege Química planeja levar o produto para África e Ásia

Existe uma oportunidade de internacionalização, porque existe a demanda pelo nosso produto”, conta Júlia. O tabaco é cultivado em altas temperaturas, tornando a capa de plástico, forma de proteção tradicionalmente utilizada para prevenir a doença, um incômodo. É a partir disso que os fumicultores sentem necessidade de remover a proteção. A ideia é que no momento que o trabalhador remove a capa ele tenha

a opção de utilizar o creme. “O nosso objetivo é que continue existindo as duas opções, mas que o produtor tenha uma oportunidade de escolha”, afirma.

A vitória na Gramado Summit 2026 garantiu a Protege Química um aumento ainda maior de possibilidades para o seu crescimento. “Para nós, startups, que não conseguimos investir tanto dinheiro em divulgação, essa divulgação orgânica é maravi-

lhosa. Faz com que cheguemos na casa dos fumicultores e mais gente nos conheça. Então, para nós, isso já é uma forma gigantesca de remuneração”, diz Júlia.

Como prêmio pela conquista, a marca ganha a possibilidade de negociar um aporte da Ventiur entre R\$ 200 mil e R\$ 1 milhão. Ambas as empreendedoras deixam claro que essa verba contribuiria para o processo de internacionalização.

Para a próxima safra, elas planejam lançar uma nova versão do creme, incluindo proteção solar e um fator de verificação UV, tornando o produto auditável por lanternas de luz negra para garantir que o trabalhador o está utilizando corretamente.

Existem também idealizações de possíveis outros produtos direcionados a diferentes culturas. “O produtor de tabaco, hoje, necessita de uma área de diversificação. Então, ele não produz só tabaco, mas sim muitas coisas”, detalha Júlia, que pensa alternativas para o figo, que produz uma espécie de “leite grudento” que fixa nas mãos, e o tomate, que tem uma folha urticária que causa alergias.