

## MEMÓRIAS DA VENDA DE SEMENTES

Jayme de Alcântara Jaloto <sup>(1)</sup>, Antonio Zangrande <sup>(2)</sup> e Renata Baldo <sup>(3)</sup>

<sup>(1)</sup> Aposentado, ex-funcionário das empresas Cargill e Semeali, [jaymejaloto@hotmail.com](mailto:jaymejaloto@hotmail.com) ; <sup>(2)</sup> Representante comercial da Sementes Guerra e ex-vendedor das empresas Agroceres e Dekalb, [zangrand.blv@terra.com.br](mailto:zangrand.blv@terra.com.br) ; <sup>(3)</sup> Jornalista, Jornal Voz da Terra, Assis (SP), [jornalista.0908@gmail.com](mailto:jornalista.0908@gmail.com)

A introdução das sementes melhoradas que tornou o Estado de São Paulo respeitado produtor de grãos no cenário nacional, deve-se a pioneiros na comercialização como o consultor técnico na área de sementes e ex-supervisor técnico de vendas da Cargill, Jayme de Alcântara Jaloto; e o representante comercial Antônio Zangrande ex-vendedor de sementes da Agroceres e Dekalb e, atualmente, das Sementes Guerra.

As relações de negócios, amizade e ética na corrida pela conquista de um mercado promissor marcaram décadas na vida de duas das maiores referências históricas da comercialização de sementes no Estado e no País. Em meados de 1965, a grande corrente pela produção de grãos no Estado de São Paulo era liderada pela Secretaria da Agricultura, através de cultivares desenvolvidas pelo Instituto Agrônômico e comercializadas pelo Serviço de Produção de Sementes da CATI (Coordenadoria de Assistência Técnica Integral). Na época a Agroceres, hoje Monsanto, representada por Zangrande, dominava a comercialização de sementes pela iniciativa privada.

No início, as relações comerciais entre os representantes diretos da produtora, seus revendedores e consumidores finais eram mais estreitas, mais na base da confiança. Sem o auxílio da Internet e quase nenhuma logística, os negócios eram fechados conhecendo de perto o cliente, acompanhando o seu crescimento. Só existia o milho de verão, semeado a partir de outubro. Naquela época, de cada 100 sacos deixados em consignação, vários podiam ser devolvidos. Diferentemente os tempos atuais, quando os vendedores podem aceitar não mais que 3% de devolução.

Na época, a semente comercializada, tanto pela Agroceres como pela Cargill, tinham valores muito expressivos, chegando até dez vezes mais do que as sementes da Secretaria da Agricultura.

A Secretaria da Agricultura do Estado vendia sementes diretamente ao produtor c,omo faz até hoje, mediante pagamento efetuado no banco. As grandes empresas que chegavam ao

mercado nas décadas de 60/70 abriram um mercado de distribuição, revenda, cerealistas. A Cargill e Agrocerec foram as primeiras a ganhar mercado da Secretaria.

Supervisor técnico de vendas da Cargill em 1975, Jaloto ficava até três semanas longe de casa visitando clientes e ampliando áreas de comercialização em 2/3 da extensão geográfica do Estado de São Paulo, até as divisas dos Estados do Rio de Janeiro, Mato Grosso do Sul e Paraná. Ele entregava 10 sacos de sementes para um revendedor com a recomendação que se vendesse até fracionado. A idéia era levar o produtor a comprovar a qualidade do produto.

Zangrande lembra que na década de 70 o trabalho era mais difícil, devido à falta de estrutura da malha viária e das comunicações. Quando queria entrar em contato com a empresa utilizava-se dos antigos centros telefônicos que, muitas vezes, demoravam mais de três horas para completar as ligações. Em períodos chuvosos a dificuldade era ainda maior, levando-o a pernoitar por mais dias até a liberação das estradas.

Ele conta ainda que, na época, se utilizava pouca tecnologia e que o sucesso das vendas se deu pelo lançamento do AG 259, que era de pendão roxo, facilitando sua identificação e comercialização. Em meados da década de 80 começam a aparecer mais técnicos e supervisores de vendas e foram realizados os primeiros dias de campo para produtores.

Híbridos como o HMD 7974, da Secretaria da Agricultura, permaneceram no mercado por mais de 20 anos. Hoje em dia, para um híbrido ficar cinco anos no mercado precisa ser muito bom.

Empresas como a Cargill, trabalhando com a compra e venda de cereais, facilitaram a vida do produtor entregando sementes para receber em milho e soja. Desta forma, como se fosse uma cooperativa, as empresas foram conquistando o mercado até então dominado pela Secretaria da Agricultura.

## **CONCORRÊNCIA**

A disputa do mercado entre Cargill e Agrocerec era acirrada, mas apesar de concorrentes, Zangrande e Jaloto colaboravam mutuamente prestando informações sobre uma revenda ou cliente. Eles lamentam a falta de união e, em alguns casos, de ética e personalidade profissional que ainda hoje existe no mercado de sementes.

Havia uma confiabilidade da empresa com relação à abertura de novos clientes, sendo que as informações do representante tinham alto valor no Departamento de Crédito da empresa.

## **MECANIZAÇÃO**

Atualmente, grandes semeadoras (plantadeiras) e colhedoras dão suporte à cultura de grãos em todo Estado, mas nem sempre foi assim. Quando Jaloto e Zangrande começaram no segmento, o plantio era feito por matraca, sendo o lançamento da matraca-adubadeira uma inovação. A colheita era feita manualmente e por etapas. Parte do milho permanecia mais tempo no pé, somente sendo recolhido no momento da venda por balaio ou carro de boi.

Aqueles que adquiriam na época plantadeiras com tração animal eram considerados produtores de alta tecnologia. As primeiras colhedoras eram acopladas ao trator e só tinham uma linha. O trator não parava quando o recipiente se enchia de grãos e, na troca manual dos recipientes, muitos grãos se perdiam. No Vale Paranapanema plantava-se pouco milho no verão, sendo o pouco plantado sobre curvas de nível, com colheita manual.

## **ALTERAÇÕES NO MERCADO DE SEMENTES**

Na segunda metade da década de 60 e primeira metade da década de 70, as empresas que mais se destacaram no mercado iniciaram as contratações de profissionais de vendas oriundos de diversas áreas, sendo a maior parte sem qualificações técnicas, principalmente agrônomicas. As áreas eram muito extensas e nos estados produtores de milho como São Paulo, Minas Gerais, Santa Catarina e Rio Grande do Sul trabalhavam em vendas apenas dois elementos.

Com a construção de mais usinas de processamento de sementes e centros de pesquisas, aumentou também os lançamentos de cultivares e o interesse dos produtores por esses cultivares. Devido a esse crescimento, houve a necessidade urgente de atualização na comercialização e, conseqüentemente, a contratação de novos profissionais em vendas. As regiões foram subdivididas. Nessa época foi preciso capacitar tecnicamente as equipes de vendas, sendo iniciados exaustivos treinamentos nas próprias unidades de produção e centros de pesquisas, bem como Departamentos Especializados de Marketing.

As empresas particulares tinham estreitos laços de interação com Instituições Oficiais como IAC, Emater, Iapar, Embrapa, entre outros, onde eram realizados treinamentos que abrangiam todas as áreas com aprimoramento técnico, sempre voltado para o cultivo de milho, tais como: preparo de solo, combate às pragas e doenças, fertilização, mecanização e colheita. Até o final da década de 70 esse processo era feito todos os anos em diversas épocas e locais.

Com o advento da safrinha houve necessidade de mudanças importantes na área de vendas, principalmente nas regiões onde o plantio de segunda época se desenvolvia rapidamente. Surgiu uma outra figura importante; o supervisor de vendas, integrando de maneira harmoniosa vendas e aplicação de tecnologia. Foram feitos alguns planos pilotos e os efeitos foram extraordinários, aumentando significativamente o processo de implantação de ensaios, campos de demonstrações de cultivares, palestras técnicas para agricultores. Isso, sem falar da integração do processo junto às revendas parceiras para a atualização de técnicas com o Departamento de Vendas das mesmas, levando para o agricultor - foco principal do processo - informações corretas para o bom desenvolvimento de suas lavouras.

No final da década de 80 e início de 90, a Cargill implantou no âmbito nacional os grandes concursos de produtividade, onde os agricultores concorriam com cultivares escolhidos por eles próprios e cuja lavoura era supervisionada pelos técnicos até a colheita. Os primeiros colocados de cada região eram agraciados com lindos troféus e brindes, aumentando no agricultor o desejo de constante melhoria técnica de suas lavouras.

Na década de 90 as empresas particulares convidavam eminentes pesquisadores, economistas e professores de Relações Humanas para proferir palestras aos agricultores, técnicos e vendedores com o objetivo de melhorar o conhecimento técnico voltado para uma sustentabilidade econômica e social, com definidos princípios econômicos.

## **FATOS IMPORTANTES NARRADOS POR ZANGRANDE**

Antonio Zangrande destaca que na década de 1970 a Agrocerec trabalhava nos cruzamentos com macho esterilidade e que em 1971, problemas com esse cruzamento fizeram com que a empresa descartasse todas as sementes.

O trabalho foi muito difícil no início, pois suas sementes de milho eram caras em comparação as concorrentes, chegavam a custar dez vezes mais, por exemplo, que a HMD 7974 desenvolvido pelo IAC e produzido e comercializado pela CATI, que era líder de

mercado na época. A estratégia dos vendedores era colocar de 10 a 20 sacos de sementes de 40 kg a cada revenda, na qual fracionava os sacos vendendo 1 a 5 kg para cada agricultor, de forma que o mesmo pudesse comparar a semente adquirida com o milho que costumava plantar. Muitas vezes, o agricultor produzia suas sementes na propriedade.

Ainda segundo Zangrande, naquele tempo havia um comprometimento maior com os clientes, os laços de amizade eram mais estreitos sendo que, às vezes, eles eram praticamente intimados a almoçar na casa dos mesmos. Também havia um respeito muito grande por parte dos concorrentes. Geralmente eles ficavam hospedados nos mesmos hotéis e saíam para jantar juntos, sabendo separar a amizade do trabalho.

O relacionamento também era bom com órgãos públicos, como o IAC, a CATI e outros que muito contribuíram e até hoje contribuem para o desenvolvimento da agricultura paulista e brasileira. A tecnologia usada na época era precária, os plantios eram feitos por enxadas, plantadeira de mão e por plantadeira de uma linha puxada por animais. Com o passar dos anos vieram as plantadeiras acopladas em trator, no início de duas e três linhas até as mais sofisticadas vistas nos dias de hoje.

A colheita também era bem diferente do que se realiza atualmente. Na maioria das lavouras, quando secas, quebrava-se o pé de milho para que a ponta da espiga ficasse para baixo para não entrar água protegendo assim os grãos. As espigas eram colhidas na mão conforme iam sendo comercializadas. Normalmente esse milho era vendido em espiga por balaio ou carro de boi. Nessa época começavam a aparecer as novas plantadeiras de uma linha acopladas em trator, bem como os agricultores de alta tecnologia, os quais eram disputados pelas empresas para fazer dia de campo com colheita.

Na região de atuação de Zangrande, as dificuldades eram ainda maiores já que, naquele tempo, as rodovias não eram asfaltadas e quando chovia era preciso colocar corrente nas rodas do carro para poder transitar. Poucas rodovias eram empedradas e não raramente a chuva arrastava ponte, obrigando o vendedor a pernoitar na cidade até que a mesma fosse consertada.

A comunicação também era precária. Muitas vezes o vendedor tinha que ligar para empresa da central telefônica da cidade, a qual demorava até 3 horas para completar a ligação. Tempo era aproveitado para visitar clientes antes de retornar a central.

Aos sábados Zangrande e os demais vendedores recebiam o malote e enviavam com pedidos da semana a relação de cidades e telefone de hotéis que iriam ficar na próxima semana.

A equipe de venda e gerentes se reuniam em Santa Cruz das Palmeiras por uma semana no mês de junho, sendo que nas segundas e terças-feiras era dado treinamento de venda por profissional que a empresa contratava. Já, as quartas e quintas o treinamento era dado pelos pesquisadores sobre adubação, plantio, tratos culturais e novas técnicas que iam surgindo no mercado, novos híbridos a serem lançados.

A pesquisa da empresa trabalhava em conjunto com vendedores onde existia bom relacionamento. As sextas-feiras eram dias de lançamento de lista de preços, onde presidente, diretores, gerentes e vendedores participavam da formação de preços para a próxima safra.

Para agradar o presidente Secundino de São José os vendedores jogavam caxeta, valendo dinheiro. Zangrande lembra que, nestas ocasiões o whisky negado ao presidente por seu médico era compartilhado com os vendedores, que acabam tendo seu dinheiro levado no jogo. Na frente do presidente havia sempre um copo de guaraná para que, no caso de sua esposa aparecer não desconfiar de que estava bebendo. Seu copo de whisky sempre estava com a pessoa que sentava à sua esquerda à mesa.

## **CONVENÇÕES E TREINAMENTOS**

Os vendedores da Agrocerec tinham convenções anualmente, quando se reunia as equipes das regionais para pensar os resultados individuais, por regional, e empresa ao todo. Cada regional tinha que fazer uma peça teatral para ser apresentada nesta festa, oportunidade em que também era realizado o batismo dos novatos. Estes deveriam dizer em alta voz: “Agrocerec é a maior!”.

Zangrande recorda de uma convenção no Guarujá, onde após o batismo o então presidente da Agrocerec, Ney Bittencourt de Araújo, foi jogado com roupa e tudo na piscina do hotel. “Depois disso nem os garçons ficaram secos”, conta em tom divertido. Na reunião os vendedores da Agrocerec recebiam treinamento a ser repassado aos balconistas de suas respectivas revendas. Era o momento de realizar reunião e palestras para agricultores e empresas onde, além de falar dos híbridos, também os orientavam com relação a tratos culturais, adubação, espaçamentos, e população. Os vendedores chegavam com farta

orientação dos pesquisadores, das visitas de campo da pesquisa para conhecer futuros lançamentos, já que nessa época eles não tinham formação agrônômica.

Na década de 80 ocorreram grandes mudanças. Zangrande relata que alguns clientes iniciavam com vendas externas, dando início as visitas em propriedades de agricultores. A partir daí foram contratados profissionais para dar treinamento aos gerentes, vendedores externos e balconista de clientes. Esses treinamentos eram feitos de preferência no melhor hotel da cidade com duração de um dia para gerentes e os outros dias com o público. Os treinamentos eram maiores para vendedores e balconista num total de no máximo 20 pessoas por dia. Para cada engenheiro agrônomo eram contratados 3 vendedores, sendo que sua função era dar suporte técnico aos vendedores por meio de palestras, dias de campo, visita aos principais clientes e agrônomos das cooperativas.

O ponto forte da empresa deu-se no lançamento do AG 259, híbrido duplo produtivo de grãos vermelhos que o mercado queria e era o único híbrido na época que tinha o pendão vermelho, o que era facilmente identificado nas lavouras desse híbrido.

## **SAFRINHA**

No Vale do Paranapanema até os anos de 1987 predominava a cultura de soja o verão e trigo no inverno. O milho era plantado em algumas propriedades e algumas vezes em curvas de nível. A partir desta data o governo tirou o subsídio do trigo e iniciou um trabalho da empresa Cargill na Cooperativa Riograndense na cidade de Maracáí, decretando assim a mudança da cultura de inverno de trigo para milho. Como era plantio de risco, na época muitos plantios eram feitos sem adubo e com sementes de baixo custo.

Com a inauguração da Estação Experimental do IAC, em Assis, iniciaram-se as avaliações de cultivares de milho no Vale do Paranapanema. “O árduo trabalho feito com dedicação, coragem e honestidade muito contribuiu para o aumento de produtividade no plantio de verão e safrinha até os dias de hoje”, enfatiza.

Já como vendedor da Braskalb, vendeu em 1993 2.800 sacos de milho XL 678 na safrinha em Cândido Mota, pois era a semente que a empresa tinha em estoque. Conforme resultado de produtividade no ano anterior as vendas poderiam ser maiores ou recordes, isso se não fosse pela falta de sementes.

Ainda em 1993, conta Zangrande, o clima foi de muita chuva, frio e dias nublados causando o aparecimento de turcicum no início da cultura, estagio inicial com seis folhas. Zangrande e o engenheiro agrônomo Edson, funcionário da Braskalb, visitaram por várias vezes as mesmas lavouras na esperança de paralisar a doença. O esforço, contudo, foi em vão. O resultado dessa experiência foram noites mal dormidas, já que a cobrança dos agricultores era diária e muitos ligavam até de domingo cobrando solução. Foi a primeira vez que ocorreu doença na região. Nesse ano a média de materiais resistentes estava na faixa de 120 sacos por alqueire e o não resistentes de 40 a 70 sacos.

## **FATOS IMPORTANTES NARRADOS POR JALOTO**

### **INÍCIO DO MILHO SAFRINHA**

No final da década de 80 começou o milho safrinha, que expandiu muito a partir de 1992 com as dificuldades de comercialização do trigo. A Cargill detinha quase todo o mercado de sementes do milho “safrinha” na região sul e imperou assim por vários anos. O trigo não ia bem e as Cooperativas Rio Grandense, de Pedrinhas e de Cândido Mota já buscavam alternativas.

A primeira palestra feita por Jaloto em Assis reuniu mais de 300 pessoas na sede da Associação Comercial e Industrial de Assis (ACIA) e na oportunidade 100 sacos de sementes foram distribuídos aos cooperados da Rio Grandense. Jaloto conta que a cultivar C511 estourou em produtividade na safra seguinte e juntamente com C125 passou a liderar o mercado, embalado pela boa repercussão dos resultados alcançados por um produtor de Londrina, PR.

Foi iniciado um grande trabalho técnico junto às cooperativas Rio Grandense, Pedrinhas Paulista e Cândido Mota, quando pode contar também com o entusiasmo dos gerentes técnicos e agrônomos destas empresas. A Cargill colaborou e incentivou muito o projeto, precisou alterar planos de produção e pesquisa de novos cultivares para atender esse mercado inovador.

As cooperativas começaram pedindo 5 mil sacos e em 1994 os pedidos das três cooperativas já era superior a 25 mil sacos com a chegada do cultivar C701. Em 1995, quando o mercado profissionalizou, predominava os híbridos C 701, C 511, Braskalb 678 e AG 122. Na terceira geração de híbridos Exceler, Máster, AG 122, e Dina 766 ganharam o mercado dos anteriores. Já na quarta e atual geração o portfólio é outro. De época em época a

cultivar que cai no gosto do produtor fica com mais de 50% do mercado. A C 701 já dominou, assim como o Exceler e o 2B710.

No final do século 20 as multinacionais faziam os famosos pacotes, onde as grandes revendas entregavam sementes, herbicidas e adubos à base de troca. Os bancos saíram de cena e, sem a cobrança de um seguro, muitas revendas e produtores perderam tudo que tinham com a ocorrência de forte geada.

De 1992 para os dias atuais, o Instituto Agrônomo (IAC) e a Agência Paulista de Tecnologia dos Agronegócios (APTA) tiveram participação fundamental no desenvolvimento de tecnologias para o milho safrinha, incluindo a avaliação de cultivares para orientar técnicos e produtores na escolha das melhores sementes. Não menos importante foi a participação da assistência técnica, como a das cooperativas. Existia uma sinergia de pesquisa onde todos os técnicos, pesquisadores, produtores uniformizavam a linguagem e compartilhavam suas descobertas.

O resultado desse trabalho integrado é que o Médio Vale Paranapanema tornou-se referência nacional em tecnologia e produtividade do milho na segunda safra. Mesmo com o avanço da cana-de-açúcar o milho “safrinha” continua sendo cultivado em mais de 120 mil hectares, gerando muita renda para a região, com capacidade de produção cada vez maior, propiciada por novas tecnologias.

## **NOVOS DESAFIOS PROFISSIONAIS**

Em 1998 por força de regime contratual, ao completar 65 anos de idade, Jaloto foi desligado da Empresa, mas o destino lhe preparava mais um desafio. Foi convidado pelo amigo, ex-companheiro e presidente Antonio Antonialli, da empresa Semeali Sementes Híbridas Ltda., que dominava o mercado de sorgo no Brasil, para elaborar um plano conjunto de desenvolvimento comercial de sementes de milho. Com toda sua adrenalina foi a campo em uma situação cômoda por contar com a colaboração de amigos e antigos colaboradores e revendas comerciais. Ele sabia que encontraria pela frente grandes empresas nacionais e multinacionais. Mais uma vez procurou uma saída técnica no Instituto Agrônomo de Campinas (IAC), regional de Assis, SP, posicionando os híbridos na avaliação regional. No mesmo período, Jaloto organizou juntamente as revendas e cooperativas, inúmeros campos de demonstração de cultivares lançados e de pré-lançamento, bem como palestras técnicas para produtores. Com o resultados da pesquisa oficial e dos próprios ensaios da empresa,

tanto do plantio de verão como da safrinha, foi mais fácil ganhar espaço no tão competitivo mercado de grãos.

Com a entrada no mercado de uma nova geração de híbridos, os “transgênicos”, começaram a aparecer às dificuldades de manter o desenvolvimento e o mesmo ritmo de comercialização, principalmente nas áreas com introdução de alta tecnologia aplicada pelos agricultores. Com essas mudanças radicais e necessárias as empresas também mudaram a logística de comercialização, terceirizando seus serviços.

## **AGRADECIMENTOS**

Em se tratando de pioneirismo, Jaloto não poderia deixar de citar os nomes de colaboradores com efetiva dedicação no desenvolvimento do projeto que, com sucesso, mudou o perfil econômico da região do Vale Paranapanema. Sem essa colaboração técnica e ética profissional nada teria acontecido. São eles os companheiros e amigos: engenheiro agrônomo, Orlando Moreno; técnico agrícola, Albino Peiter; engenheiro agrônomo, Roney Fuscolim; engenheiro agrônomo, Laércio Bortolini, e supervisor de vendas, Adelino Sócio. Reconhece a atuação dos importantes e dedicados distribuidores: Fernando de Almeida e Paulo Mattioli, os quais desenvolveram toda logística comercial e técnica no Vale do Paranapanema, e a colaboração objetiva de profissionais renomados da Cargill, tais como o gerente nacional de vendas, João Batista Tavares e o vice-presidente da área de sementes, Valdemar Jensen (in memoriam). Registra também seu apreço, admiração e agradecimento aos pesquisadores Aildson Pereira Duarte e Ricardo Kanthack, do IAC-APTA, agradecimento extensivo a todos que colaboraram no desenvolvimento da “safrinha” no Vale Paranapanema.

## **BIOGRAFIAS**

### **JAYME DE ALCÂNTARA JALOTO – “JALOTO”**

Jayme de Alcântara Jaloto nasceu em 1934 , é casado com Neusa Lallo Jaloto, tem três filhos e seis netos. Com formação acadêmica em oficial de farmácia e bacharel em direito, é registrado como professor no MEC e advogado na OAB. Em sua formação profissional atuou como consultor técnico na área de sementes e supervisor técnico de vendas da Cargill.

Como supervisor técnico de vendas da Cargill, Jaloto ficava até três semanas longe de casa visitando clientes e ampliando áreas de comercialização, sendo um vendedor com orgulho incondicional de sua profissão, tendo a música e o violão como grandes companheiros e até mesmo colaboradores em suas atividades.

Em 1998 por força de regime contratual, ao completar 65 anos de idade, Jaloto foi desligado da empresa, mas este não era o fim de sua carreira. Em visita à Semeali Sementes Híbridas Ltda. foi recebido pelo então presidente Antonio Antonialli, e depois de elaborar um plano conjunto de desenvolvimento comercial e técnico Jaloto foi convidado a integrar a equipe.

Desde 2010 tem atuado como orquidófilo e continua aplicando a genética dos sonhos, da beleza, e do perfume que a natureza doa ao homem para amenizar a saudade dos grandes desafios do passado devido ao fato de ter se aposentado.

Na sua trajetória de aproximadamente 47 anos na estrada, percorreu a distância de 3,855 milhões quilômetros resguardados pela proteção de Deus e Nossa Senhora, sem nunca ter sofrido um acidente ou tido dano material e físico. Deste total de quilômetros, Jaloto comenta que 1,700 milhão foi percorrido com um herói de todos os antigos vendedores, o famoso “fusquinha”, verdadeiro desbravador de longas e saudosas viagens pelo Brasil.

Toda sua trajetória foi realizada com carinho, dedicação, respeito, colaboração técnica e ética profissional, e sem estes, nada teria acontecido.

## **ANTONIO ZANGRANDE – “ZANGRANDE”**

Antonio Zangrande nasceu em 1944, é casado com Astrogilda de Sá Zangrande, tem dois filhos e cinco netos. Filho de imigrantes italianos que se dedicavam à agricultura formou-se como técnico em contabilidade e, em 1967, iniciou suas atividades profissionais como auxiliar de vendas de produtos agropecuários. Foi em 1969 que ingressou na carreira de vendas de sementes de milho, na empresa Baurupec, em Bauru, distribuidor das Sementes Agroceres. Em 1975 Zangrande foi convidado pela Agroceres para atuar como vendedor na região do baixo Rio Tietê, que iniciava na cidade de Tietê, Tatuí, Itapetininga, Apiai, Itararé e vinha margeando o estado do Paraná e o rio Tietê até o Estado de Mato Grosso, hoje Mato Grosso do Sul.

Em fevereiro de 1990 Zangrande saiu da Agroceres e montou uma empresa para distribuir sementes de hortaliças da Horticeres, que também era do grupo da Agroceres S/A. Em 1991 voltou a trabalhar com sementes de milho pela Braskalb, participando do início da expansão do milho safrinha no Médio Paranapanema. Depois, atuou na Ribeiral Sementes, Agrevo, Aventis Seeds, Bayer Seeds e Nidera Sementes, empresas que foram vendidas ou mudaram de nome em curto espaço de tempo. Atualmente, é vendedor da Sementes Guerra S/A .

Para Zangrande, somos todos iguais e somente com funções diferentes, e em sua trajetória agradece tanto aos colaborados quanto também aos que não colaboraram, e a sua família (esposa e filhos) de quem, apesar da ausência, sempre teve o carinho, o respeito e o apoio.

Zangrande continua trabalhando com vendas de sementes, para ele, um vício e ao mesmo tempo um prazer por contar com muitos amigos, e seguindo a cartilha do Dr. Secundino de São José: “Se negociarmos honestamente com as pessoas, elas nunca nos abandonarão”.