

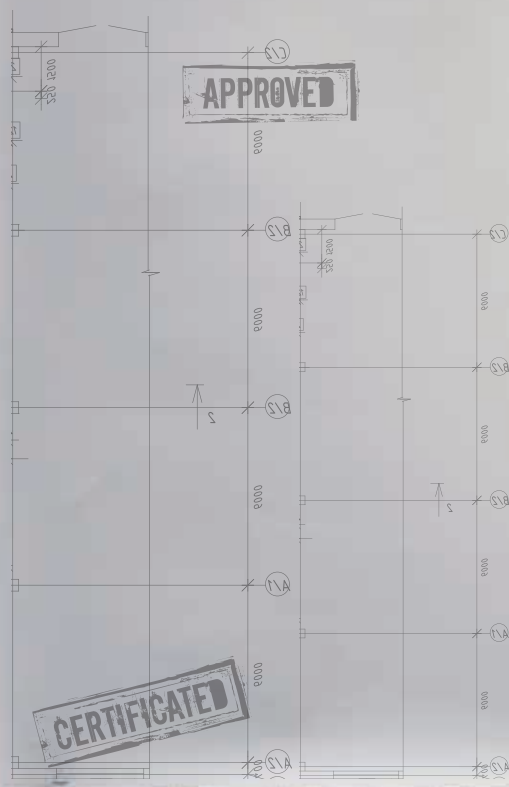
# AgroRevenda

gestão da revenda agropecuária



## Cooperativas 2019

Ano para gestão, produção e exportação



### Entrevista

Marcelo Prado

“O futuro é de quem se reinventa para ser competitivo”

### Vacinação

da Febre Aftosa - Curral é Sanidade e Nutrição o ano todo

### Raça Forte

A revenda do Leandro e do Celso atende, entende e satisfaz

# INOVAÇÃO E PRODUTIVIDADE COM DESCARTE ZERO

Clarion Saúde Animal com o seu permanente compromisso com a **inovação** e **produtividade**, desenvolve para você produtor de leite soluções que promovem a saúde e bem estar de seus animais visando a elevação da **produtividade**. Oferecemos soluções para todas as categorias de seu rebanho, desde bezerros(as), novilhas, vacas secas, touros e principalmente as vacas em lactação com especial benefício do **descarte zero do leite**.

Acesse nosso site [clarionsaudeanimal.com.br](http://clarionsaudeanimal.com.br) ou procure um de nossos profissionais em sua região e conheça nosso Programa Descarte Zero, além de outras soluções importantes para seu rebanho e conteúdos de relevância a atividade da pecuária leiteira.



**QUANTO MAIS LEITE MELHOR**

@clarionsaudeanimal

Mata bicheira associado a inibidor de crescimento de larvas

Endectocida Injetável associado a inibidor de crescimento de carrapatos

Endectocida Pour-on associado a inibidor de crescimento de carrapatos

Endectocida Pour-on

Endectocida com carência zero para leite e abate, associado a inibidor de crescimento de carrapatos sistêmica.

Antimicrobiano dose única

Endectocida Injetável



Olá, leitor!

A palavra de ordem no Brasil é trabalhar e acreditar.

Infelizmente, nosso País começou o ano, mais uma vez, com tragédias humanas.

Tudo interfere em nossos sentidos, mas temos uma obra por fazer desde as eleições do ano passado.

Mudar o País, fazer as reformas necessárias e dar horizonte à nossa população e economia. O Grupo Publique confia no futuro e em mudanças.

Por isso, abrimos 2019 fazendo planos, organizando um encontro histórico, cinco dias pensando em novos projetos, ouvindo os clientes, criando soluções digitais que vão fornecer resultados e espaço efetivo de mercado aos nossos parceiros.

E queremos mostrar essa palavra de otimismo em cada uma das edições da Revista AgroRevenda. O primeiro número do ano destaca o novo mundo que se descortina para as cooperativas brasileiras, um segmento que é exemplo de competência nacional e internacional. Na entrevista especial, os anos de sabedoria, conquistas e conselhos de um papa do setor, o líder da MPrado Consultoria, Marcelo Prado. "O Futuro é de quem se reinventa para ser competitivo", ensina o mestre.

Nossa reportagem destaca mais uma etapa da vacinação obrigatória contra a Febre Aftosa, em maio, mas reforça: a imunização tem data para acabar, e colocar o boi e a vaca no curral é tarefa e garantia de Sanidade e Nutrição o ano todo.

E mostramos novos exemplos de como o Agro Brasil é competente no que faz. Caso da Raça Forte, a revenda do Leandro e do Celso, em Presidente Prudente, extremo oeste de São Paulo, quase trinta anos de resultados efetivos. Do Cepea, que garante aos revendedores que o otimismo vai imperar nos negócios em 2019. Dos produtores de peixe, que avançam sem parar, mas exigem voz no Governo Federal. Das mulheres do Agro, que pedem igualdade sem fim em uma pesquisa internacional inédita. E das associações regionais de revendas e distribuição, que seguem com espaço garantido nas páginas da publicação mais representativa do setor no País.

Vamos trabalhar e ler a Revista AgroRevenda?

Boa leitura!

**Carlos Alberto da Silva**  
PRESIDENTE DO GRUPO PUBLIQUE E PUBLISHER  
DA PUBLIQUE EDITORA



**PUBLISHER:** Carlos Alberto da Silva | MTb 20.330

## AgroRevenda

**EDITOR:** Riba Velasco | MTb 2.368

**REPORTAGENS:** Riba Velasco | MTb 2.368  
riba@publique.com  
(11) 9.7083.7862

**REVISÃO:** Mylene Abud | MTb 18.572  
mylene@publique.com  
(11) 9.9595.3213 | Skype: mya\_abud

**AGRO JORNALISTA E GESTOR DE WEB E MÍDIAS SOCIAIS:** Cairo Rodrigues | MTb 3.477/GO  
assessoria@publique.com  
(11) 9.8905.3928 | Skype: cairo@publique.com

**AGRO DIRETOR COMERCIAL:** Carlos Alberto da Silva  
carlos@publique.com  
(11) 9.9105.2030 | Skype: carlaodapublice

**AGRO EXECUTIVA DE VENDAS:** Karla Bordin  
karla@publique.com  
(11) 9.8863.1675 | Skype: karla.bordin

**AGRO DIRETOR DE CRIAÇÃO:** Gutche Alborgheti  
gutche@publique.com  
(11) 9.9108.0856 | Skype: gutche.alborgheti

**AGRO DIRETOR DE ARTE:** João Arthur Cavalcanti  
joao@publique.com  
(19) 9.9824.3081 | Skype: joao\_arthur\_cavalcanti

**AGRO GESTORA DE CONTAS:** Priscila Pontes  
priscila@publique.com  
(11) 9.9382.1999 | Skype: priscila\_bastazin

**AGRO ATENDIMENTO BANCO DE IMAGENS, EVENTOS E MÍDIAS TRADICIONAIS:** Paulo Bonanni  
porangaba@publique.com  
(11) 9.9402.7078 | Skype: paulohsbonanni

**AGRO ADMINISTRATIVO, FINANCEIRO E RH:** Adriana Bonanni  
financeiro@publique.com  
(11) 9.9381.4488 / 3042.6312 | Skype: adrianagsbonanni

**IMPRESSÃO:** Grafilar

**DISTRIBUIÇÃO DIRIGIDA:** A AgroRevenda é uma publicação da Publique Editora, empresa do Grupo Publique, dirigida a proprietários, gerentes, balconistas de revendas agropecuárias e cooperativas. ISSN 1808-4869. A AgroRevenda está matriculada sob nº 497629 no 4º Registro de Títulos e Documentos e Civil de Pessoa Jurídica, conforme a Lei de Imprensa e Lei de Registros Públicos.

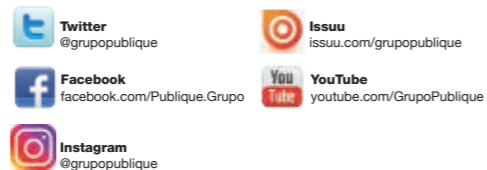
**ADMINISTRAÇÃO:** Caixa Postal 85 - CEP 18260-000  
Estrada Municipal Bairro dos Mirandas, s/n  
Porangaba, SP - Brasil • (11) 3042.6312  
www.publique.com • publique@publique.com  
www.agrorevenda.com.br • agrorevenda@agrorevenda.com.br

[www.agrorevenda.com.br](http://www.agrorevenda.com.br)



**PRESIDENTE E FUNDADOR:** Carlos Alberto da Silva

[www.publique.com](http://www.publique.com)



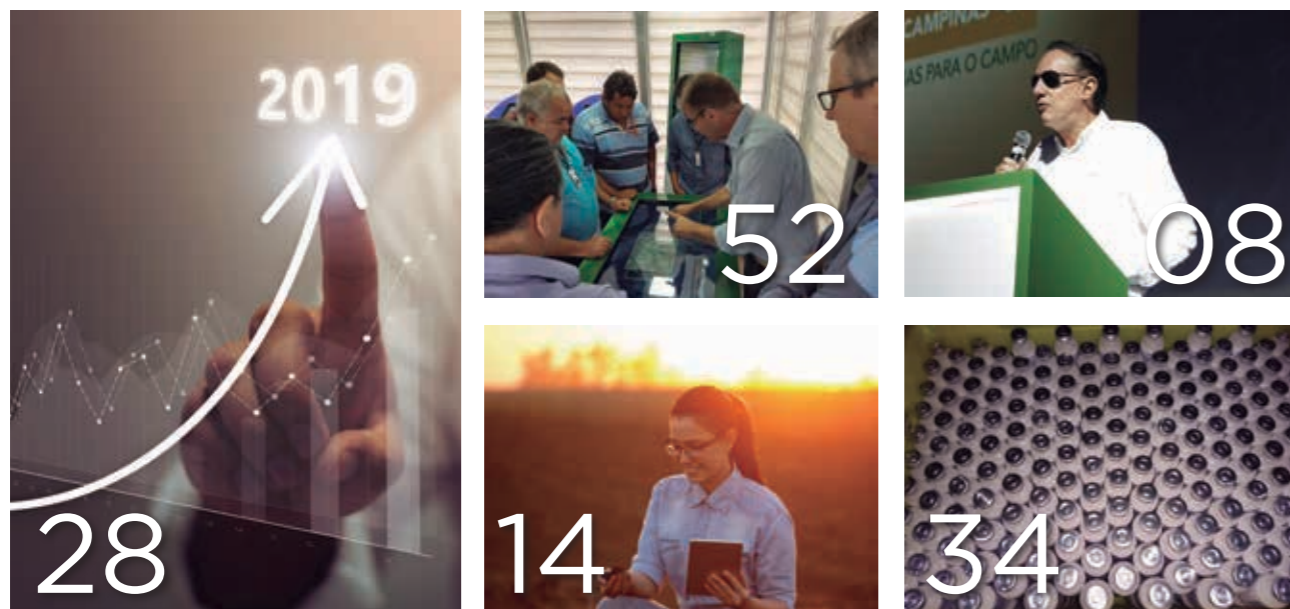
Na pecuária não é diferente. A produtividade da fazenda só aumenta se o sistema funcionar como um todo. Adotar a tecnologia x, y ou z, por mais eficiente que seja, não compensa as falhas de outras áreas da produção. Tudo precisa estar integrado.

Participe do Encontro de Confinamento e Recriadores da Scot Consultoria e saiba o que os grandes nomes da pecuária têm a dizer sobre a adoção de tecnologia na recria e confinamento de bovinos.

**2 A 5 DE ABRIL**  
EM RIBEIRÃO PRETO/SP E BARRETOS/SP (DIA DE CAMPO)

17 3343 5111 • [WWW.CONFINAMENTOEREGRIA.COM.BR](http://WWW.CONFINAMENTOEREGRIA.COM.BR)





<b>entrevista</b> .....	<b>08</b>	<b>revenda de destaque</b> .....	<b>46</b>
Marcelo Prado - MPrado Consultoria		Outpet abre as portas em Campo Grande	
<b>mulheres do agro</b> .....	<b>14</b>	<b>perspectivas</b> .....	<b>48</b>
Mulheres do Agro pedem igualdade total!		2019: o ano da aceleração?	
<b>ANDAV informa</b> .....	<b>16</b>	<b>espaço Cepea</b> .....	<b>50</b>
Cresce combate ao comércio ilegal de defensivos agrícolas		Após ano de incertezas e instabilidade, revendedores estão otimistas para 2019	
<b>espaço DSM</b> .....	<b>18</b>	<b>boas práticas</b> .....	<b>52</b>
Tour DSM confirma: Confinamento rendeu 2,5% ao mês em 2018		Corteva Agriscience e Embrapa discutem Boas Práticas Agrícolas	
<b>espaço Ourofino</b> .....	<b>20</b>	<b>distribuidores</b> .....	<b>54</b>
Parceria que profissionaliza!		ACIAGRI aposta na profissionalização dos canais de distribuição	
<b>espaço SBC</b> .....	<b>24</b>	<b>espaço Markestrat 1</b> .....	<b>56</b>
Dia de Campo em São Paulo destaca valor da certificação dos rebanhos		Eu não venderia soja e milho!	
<b>espaço UCBVET</b> .....	<b>26</b>	<b>espaço Markestrat 2</b> .....	<b>58</b>
Parceria que profissionaliza!		O papel do novo vendedor no mercado agro - 2ª Parte	
<b>capa</b> .....	<b>28</b>	<b>na revenda tem!</b> .....	<b>60</b>
Os desafios das cooperativas agropecuárias para 2019		Internacionalização da indústria de insumos	
<b>enca 2019</b> .....	<b>32</b>	<b>pesquisa</b> .....	<b>62</b>
Encontro Nacional das Cooperativas 2019		Corteva Agriscience lança tecnologia para combater pragas do milho	
<b>manejo e sanidade</b> .....	<b>34</b>	<b>sucesso</b> .....	<b>63</b>
Curral faz bem ao boi e ao bolso!		O sucesso do Clube do Leitão 2018!	
<b>negócio</b> .....	<b>40</b>	<b>caderno prateleira</b> .....	<b>64</b>
A "guerra do bem" dos fertilizantes!		Lançamentos de produtos	
<b>perfil</b> .....	<b>42</b>	<b>revenda da vez</b> .....	<b>70</b>
O sucesso da distribuição no Cerrado do Brasil		Raça Forte é atendimento garantido!	
<b>peixes</b> .....	<b>44</b>	<b>feiras   eventos</b> .....	<b>72</b>
PEIXE BR entrega prioridades ao Secretário de Aquicultura e Pesca		Acontecimentos que agitam o setor	
		<b>por onde andamos</b> .....	<b>78</b>

Nossa paixão pela saúde animal nos trouxe até aqui, e a sua confiança nos leva para o futuro.



# Marcelo Prado

## MPrado Consultoria

“Todos vão precisar se reinventar para serem competitivos”

Para o especialista, todos os negócios e profissões passam por um processo de mudança e aqueles que não souberem se reinventar estarão fora

O menino nascido em Ituverava, norte de São Paulo, não tinha nenhuma dúvida sobre onde trabalhar quando fosse adulto. Marcelo Prado vivia em fazendas do pai e dos avós, que plantavam e criavam gado em Ituverava, Morro Agudo, Sales de Oliveira (SP) e Goiás. “Gostava daquilo.

Gostava do Agro”, lembra. Mas o destino ia dificultar bastante a vida do futuro agrônomo. Com oito anos, perdeu a metade da visão por causa de uma doença progressiva na retina.

Aos 17 anos, já não conseguia mais ler livros e jornais e enxergava o rosto de uma pessoa só de perto. Mesmo assim, ‘pregou o reio’ nos estudos e insistiu no vestibular quando sua capacidade de visão estava em apenas 30%. Os atendentes administrativos da Universidade Estadual Paulista (UNESP), em Jaboticabal, não queriam aceitar a inscrição. Eram outros tempos. Mas eles não contavam com tanta obstinação. “Insisti para falar com o reitor e consegui convencê-lo a fazer as provas com pessoas lendo as questões para mim, durante os cinco dias de vestibular. Uma pessoa diferente por dia, para impedir qualquer favorecimento. Era um fato inédito, mas deu certo. Entrei em nono lugar. Eram mil candidatos para 45 vagas. Não foi fácil, porém, consegui

me formar”, conta animado.

Com o diploma na mão, especializou-se em soja e foi trabalhar em Uberlândia, no Triângulo Mineiro. Começou no Grupo Algar, onde ajudou a erguer todo o braço agrícola da empresa. Chegou a presidir a divisão de agronegócio por 10 anos e integrou o board da companhia. Com

35 anos, fez uma cirurgia para reverter a retinose pigmentar que sofria em Cuba, mas não deu certo e a visão de Marcelo ficou restrita a apenas 1%. Mesmo assim, seguiu em frente e, em 1999, aos 43 anos, fundou a MPrado Consultoria Empresarial. Atento ao cenário corporativo de agronegócios por mais de 20 anos e às referências



sobre os perfis de consultores que atuavam no mercado, começou a montar uma empresa que tinha obsessão por padrão de qualidade no atendimento. “Na época, ninguém acreditava no setor. Fomos pioneiros na consultoria voltada para a gestão do agronegócio”, afirma. Deu certo. Vinte anos depois, a MPrado atende clientes em 26 estados do Brasil e em alguns pontos da América Latina, no setor do Agronegócio, responsável por 98% do faturamento, além de Capacitações, Gestão de Distribuidores, Cooperativas e Agricultores, Fusões e Aquisições, Gestão de Clientes e Governança

Corporativa. É uma equipe de cem pessoas. A MPrado também possui um núcleo de negócios que desenvolve serviços personalizados para necessidades específicas dos clientes.

Toda essa trajetória serviu de inspiração para ele escrever o livro ‘Meu jeito de ver’, que conta como Marcelo Prado enxerga o mundo. “Queria mostrar que a gente pode realizar, virar o jogo e ser feliz mesmo com as adversidades, os obstáculos e as dificuldades”, explica. E o menino de Ituverava quer mais. Dobrar o tamanho da MPrado em quatro anos e participar do processo

de mudança que irá transformar o setor nos próximos 30 anos. A Revista AgroRevenda conversou com Marcelo Prado em dois momentos para desfrutar de tamanha experiência. No Encontro Nacional das Cooperativas Agropecuárias (ENCA), na capital paulista, e no Farmer’s 2018, em Campinas (SP). Ele falou sobre eleições, sua vida, o varejo dos insumos agrícolas e o futuro. Acompanhe.

**AgroRevenda** - Como era o agronegócio brasileiro quando começou a trabalhar em 1978?

**Marcelo Prado** – Eu era uma espécie de gerente de fazenda, atuando no cultivo de soja. Na época, fomos um dos pioneiros no Triângulo Mineiro e era muito difícil porque não havia variedades de soja ou de milho adaptadas para a região, não tinha mão de obra treinada. As produtividades eram muito baixas e nós conseguimos evoluir com muita luta, persistência, buscando tecnologia. Só assim fizemos com que o negócio se tornasse competitivo.

**AgroRevenda** – Em 1999, quando fundou a sua empresa, o que mais te incomodava no perfil dos consultores da época?

**Marcelo Prado** - O ar de superioridade de muitos profissionais, o serviço era cobrado por hora, com todas as despesas extras do consultor por conta do cliente.

**AgroRevenda** - E o que a MPrado fez de diferente neste tempo todo?

**Marcelo Prado** - Adotamos um padrão de respeito e horizontalidade, em que consultor e cliente são parceiros, ambos dispostos a aprenderem e construir as soluções em conjunto. E mais, o objetivo foi dar assessoria aos clientes por meio

de profissionais que tinham, de fato, experiência vivida em determinado ambiente de negócio. Ou seja, os consultores passaram a dividir aquilo que aprenderam na prática. Não eram professores apenas, mas profissionais com bagagem. Outro aspecto é que o time da empresa era completo e envolveu consultores e profissionais dos setores de estratégia, gestão, financeiro, comercial, marketing, recursos humanos, logística e conselheiros certificados, entre outros.

**AgroRevenda** - O que vai ocorrer com o agronegócio brasileiro até 2050?

**Marcelo Prado** - Temos uma oportunidade ímpar de ocupar espaços fantásticos no mercado global. Veja, a produção de grãos obtida em 2018 precisa aumentar em 50% para atender à demanda de 9,7 bilhões de pessoas que vão formar a população do planeta daqui a 31 anos. Mas isso não significa que todo mundo que vier ao setor vai se dar bem ou que as empresas de hoje vão ter vida fácil. Precisamos desenvolver equipes, formar pessoas, aperfeiçoar ferramentas de TI, formar parcerias.

“Eu acredito na procura de um equilíbrio de ações. Metade do tempo do empresário rural na operação e produtividade, e a outra metade nas questões empresariais. Isso vai dar robustez às atividades agropecuárias.”

São muitos desafios pela frente. Nos próximos dez anos, 40% das maiores empresas americanas vão desaparecer, segundo estudo recente feito pela Universidade de Babson (EUA). Imagine o que vai ser de nós. Todos vão precisar se reinventar para serem competitivos. Empresas e empregos vão desaparecer. Será preciso ser inovador, desenvolver novas modalidades de produtos e serviços e saber se renovar para preservar a competitividade.

**AgroRevenda** - Como você analisa o panorama futuro que envolve indústria, vendas e cooperativas?

**Marcelo Prado** - Gosto de olhar para os Estados Unidos, que é um país de desenvolvimento mais maduro que o nosso, e o que corre lá, normalmente, vinga aqui também depois de 10 anos. Hoje, o panorama é muito parecido com o nosso. As cooperativas vendem 25% do mercado de insumos, número próximo do Brasil, que é de 24%. Nos EUA, os cinco maiores distribuidores vendem 39% do mercado enquanto no Brasil são 13%, uma grande diferença. Lá, houve um processo de

concentração muito maior. O futuro brasileiro, em dez anos, penso que vai ser de crescimento dessa fatia, como se verificou com os americanos. Porém, existe uma oportunidade para os distribuidores, porque a indústria brasileira do setor acessa direto os empresários rurais em 25% dos casos e, nos Estados Unidos, este número é de apenas 3%. Acredito que, nos próximos 10 anos, os distribuidores brasileiros poderão absorver grande parte destas vendas diretas, como ocorreu no país norte-americano.

**AgroRevenda** - E o produtor rural, qual o nível de gestão dele?

**Marcelo Prado** - Hoje, como consultor, tenho o privilégio de trabalhar com indústrias de defensivos, sementes, fertilizantes, cooperativas, fundos de investimento, revendedores, distribuidores. Não há estatísticas sobre isso, mas eu tenho a convicção de que dois terços da riqueza gerada nos últimos dez anos pelo agronegócio brasileiro ficaram dentro da porteira. Lucro, geração de riqueza. Uma notícia boa. Mas tem uma ruim. Boa parte dessa riqueza foi desperdiçada. E isto ocorreu, no meu ponto de vista, porque apenas 20% dos agricultores têm bons processos de gestão, 80% ainda têm um longo caminho a ser percorrido porque faltam pontos básicos. Planejamento da produção e da comercialização. Muitas vezes, escolhemos a cultura olhando o preço de hoje. Temos que olhar para frente. O planejamento dos defensivos, das variedades, muitas vezes, é baseado no ótimo relacionamento que temos com a indústria, o distribuidor ou a cooperativa. O relacionamento e a assistência prestada são muito importantes. Mas e os dados estatísticos, os indicadores da eficiência daquela variedade, daquele

herbicida? Será que estão sendo usados em sua plenitude?

**AgroRevenda** - Qual a importância do fluxo de caixa para o negócio?

**Marcelo Prado** - Assim como o oxigênio é fonte de vida para o ser humano, o fluxo de caixa é base de qualquer atividade empresarial. E ainda vemos muitos empresários rurais pagando altas taxas de juros por não terem organização adequada para os fluxos, as vendas e compras, o que é relativamente simples de ser feito.

**AgroRevenda** - E os orçamentos?

**Marcelo Prado** - Eles são indicadores muito ricos para planejarmos as ações e avaliarmos se tudo está indo bem, se algo precisa ser melhorado. Controles e balanços também são decisivos e muito comuns em outras atividades da economia, mas ainda faltam no agronegócio.

**AgroRevenda** - Quais os outros desafios de administração do empresário rural brasileiro?

**Marcelo Prado** - Trabalhar com relatórios gerenciais. Todo empresário precisa usá-los para tomar boas decisões. Indicadores de desempenho mostram se estamos voando na altitude certa. Tem o capital de giro, que é básico e o agricultor não é muito acostumado a fazer. Muitas vezes, o capital de giro fica alto e o produtor vai lá e compra fazenda, mais colheitadeira, pulverizador. Não estou falando que não devemos expandir nossas áreas, nossos equipamentos, nossa produção, mas temos que lembrar que precisamos de capital de giro. Ele faz com que seu resfriado seja sempre um resfriado. Sem capital de giro, o resfriado vira pneumonia rapidamente. Ele gera segurança para o seu negócio. Precisamos ter prazer em ter capital de giro. E

analisar melhor os investimentos, fazer planos de negócio. Nada pode ser feito por impulso. Precisamos analisar os retornos, a viabilidade de terceirizações de serviços, como colheita, plantio, pulverizações, assistência técnica e contábil, entre outros. Tem que considerar também hedging com moeda estrangeira. Muitas vezes, o agricultor está vendido em dólar e financiado em real. Pequenas variações no câmbio podem destruir sua rentabilidade em apenas uma safra.

**AgroRevenda** - E qual o papel da área de gestão de relações humanas?

**Marcelo Prado** - Por mais automatizada e moderna que seja a nossa agropecuária, precisamos das pessoas. Aprender a gerenciar esse ícone chamado gente. E não temos dado relevância a isso. A produtividade do negócio o produtor faz bem. Mas e a produtividade do trabalhador? Que ferramentas usamos para medir esse quesito? Não pode ser na base do sentimento, da intuição. Precisamos de indicadores. Por exemplo, o trabalhador brasileiro tem hoje a eficiência de apenas 25% do colaborador dos Estados Unidos. Temos que criar programas de capacitação e meritocracia, uma atitude que dá certo. Eles funcionam bem em vários setores. Estabelecem metas, objetivos qualitativos e quantitativos. E se o profissional atender bem, precisa e deve ser premiado. É como você consegue construir uma sólida parceria entre Capital e Trabalho.

**AgroRevenda** - O treinamento vai nesta mesma linha?

**Marcelo Prado** - Sim. Capacitação da equipe é fundamental. Mesmo se o colaborador for embora depois. Se isto ocorrer, você vai ao mercado e traz

outro, também capacitado. O processo é fundamental para evoluirmos. Podemos ter as melhores máquinas, mas elas não vão resultar em bom desempenho sem uma equipe bem treinada, alinhada com a estratégia e os resultados. Os funcionários precisam de motivação, incentivo. Temos que motivar as pessoas, criar o 'espírito de dono' em todas elas. Precisamos ouvi-las, sempre.

**AgroRevenda** - Você também dá ênfase aos planos de sucessão na fazenda brasileira. Como é sua visão?

**Marcelo Prado** - A sucessão precisa ser estruturada desde o início. É engraçado que a maioria dos produtores rurais brasileiros diz que não pretende parar de trabalhar nunca. Ok, mas ele tem que entender que a ideia central é dar continuidade à nossa organização.

**AgroRevenda** - E como anda o tempo gasto pelo produtor dentro de seu negócio?

**Marcelo Prado** - É uma questão que me força a dar uma sugestão ao empreendedor rural brasileiro. Hoje, ele dedica 80% do tempo para pensar em tecnologia, sementes, defensivos, fertilizantes e máquinas. E realmente este é o 'core' do negócio. Mas eles não podem esquecer que são empresários rurais e todo empresário precisa pensar em estratégia, gestão, acompanhar as finanças. Mesmo que não goste. Ele optou por ser empresário. Tem que sentar e montar estratégia comercial, planejar, desenvolver pessoas. Eu acredito na procura de um equilíbrio de ações. Metade do tempo na operação e produtividade, e a outra metade nas questões empresariais. Isso vai dar robustez às atividades deles. O business vai ficar mais eficiente com este equilíbrio. Espero que todos reflitam sobre isso.

**AgroRevenda** - Como o produtor rural pode tornar-se um líder no campo?

**Marcelo Prado** - O primeiro ponto é a visão global. O mundo hoje é conectado, instantâneo. Precisamos ficar bem informados porque os fatos se relacionam. Uma decisão do presidente americano causa impactos no interior do Amazonas em menos de um dia. Temos que criar a capacidade de nos adaptarmos às mudanças. Um estudo americano aponta que 40% das atuais quintas maiores empresas dos EUA vão desaparecer nos próximos anos por não conseguirem essa adaptação. E no agronegócio não vai ser diferente. Agricultura digital, novas tecnologias. Precisamos de mente e coração abertos. Ter boa visão estratégica, redes de relacionamento, inspirar nossas equipes e alcançar uma excelente capacidade de aprendizado.

**AgroRevenda** - E dentro da porteira?

**Marcelo Prado** - O líder tem que energizar sua equipe, manter carisma e liderança. Caso contrário, os resultados não vão acontecer. Atrair, desenvolver e reter talentos, além de administrar conflitos. Os problemas invisíveis devem ser descobertos para não causar perda de produtividade e eficiência. Devemos ser o propósito da organização. Mostrar onde estamos,

“Os funcionários precisam de motivação, incentivo. Temos que tocar as pessoas, criar o ‘espírito de dono’ em todas elas. Precisamos ouvi-las, sempre.”

aonde queremos chegar, nossas metas, nossos sonhos.

**AgroRevenda** - E fora?

**Marcelo Prado** - Dialogar com os agentes da cadeia produtiva. Participar das associações de classes, interagir com fornecedores e parceiros, buscar novas ideias, estar antenados com o mercado e sermos os primeiros a falar bem do agronegócio. Antigamente, o agro era coisa de caipira, mas hoje é a ponta de lança da economia brasileira. E fomos nós os responsáveis por fazer isso. Temos que defender nosso setor. A toda hora.

**AgroRevenda** - Qual o principal desafio do agro do Brasil?

**Marcelo Prado** - Temos que raciocinar. Estamos realmente preparados para enfrentar esse futuro nas nossas fazendas? Vai permanecer no mercado quem souber montar equipes, delegar, visualizar cenários, entender as próprias vocações e seus diferenciais, olhar todos os riscos do negócio. Vai vencer quem tiver recursos financeiros, pessoas e um propósito. Quem realinhar as estratégias, focar em produtos mais rentáveis, souber que o retorno vem em médio e longo prazo e, mensalmente, debruçar-se sobre os resultados e fazer as correções. Os negócios vitoriosos são marcados

por estratégias bem conhecidas e dominadas, que geram valor. Sabem fazer cortes, são protagonistas do próprio futuro.


**AgroRevenda** - Olhando para o nosso ‘País político’, o que você espera da postura do novo Presidente da República até 2022?

**Marcelo Prado** - Que seja uma pessoa que pare de distribuir cargos para políticos a fim de conseguir apoios no Congresso Nacional. Ele deve procurar os melhores profissionais, os mais qualificados em cada área, os mais competentes. Mesmo que o indicado não tenha votado nele.

**AgroRevenda** - E para o agro, qual visão ideal ele deve ter?

**Marcelo Prado** - Ser um presidente preocupado em concluir as obras de logística para conseguirmos acessar os canais de exportação pela região Norte do País, melhorar as estradas, a estrutura de armazenagem, os portos, incentivar os investimentos em estradas de ferro, a duplicação das rodovias, a melhora do uso dos rios para navegação e irrigação, simplificar o modelo tributário brasileiro, que é muito complexo e dificulta o entendimento pelos estrangeiros.

**AgroRevenda** - São muitas tarefas. Vai ser possível realizar tanto?

**Marcelo Prado** - Penso que sim. Muitas vezes, o Congresso Nacional quer reinventar a roda e a roda já está aí, funcionando em diversos países, de diferentes formas. Precisamos olhar os bons exemplos de fora e adaptá-los ao modelo brasileiro. E o presidente eleito deve ser um líder mais pragmático, que tome decisões, seja inteligente e mude o modelo político atual. O Brasil perdeu grandes oportunidades de crescimento e desenvolvimento. É hora de começar uma nova era. 



**Informativo,  
relevante,  
direto.**

**O programa  
que mostra tudo  
o que o agro  
tem de melhor**



**Confira  
mais detalhes**



**CANALRURAL**  
**Terças e Quintas**  
**20h30** (horário de Brasília)

# Mulheres do Agro pedem igualdade total!

Levantamento encomendado pela Corteva mostra que as mulheres do Agro Brasil e mundial sofrem com disparidade financeira, falta de reconhecimento e pouco acesso a treinamentos



Um estudo de respeito. Quase quatro mil e duzentas produtoras rurais ouvidas nos cinco diferentes continentes do planeta, em dezessete países, sendo quatrocentas e trinta e três delas no Brasil. O objetivo: apontar as barreiras que impedem o avanço das mulheres no agronegócio. E elas não hesitaram em apontar. Mulheres na agricultura em todo o mundo, em países desenvolvidos ou em desenvolvimento. Afirmam que a discriminação de gênero persiste e que é uma barreira no dia a dia de quem está no campo com a tarefa de alimentar o mundo. É o que mostra a pesquisa realizada a pedido da Corteva Agriscience, a Divisão Agrícola da DowDuPont.

A divulgação destacou a data comemorativa do "Dia Internacional das Mulheres Rurais", estabelecida pela Organização das Nações Unidas (ONU) para ressaltar a importância das mulheres na agricultura e identificar as barreiras que as impedem de ter uma participação plena e bem-sucedida no agronegócio. A pesquisa mostrou que 90% das brasileiras têm muito orgulho de trabalhar no campo ou na indústria agrícola, número que excede a média global de países incluídos na pesquisa. O levantamento também apontou que elas sentem que suas contribuições são fundamentais para alimentar e apoiar suas famílias, comunidades e a sociedade. "Elas

nitidamente têm orgulho do que fazem, mas isso não necessariamente se traduz em felicidade ou satisfação. No Brasil, por exemplo, a maior parte indicou que a desigualdade de gênero ainda é um problema, sendo que a metade afirma que tem salários menores do que os homens que exercem funções semelhantes", comentou Ana Claudia Cerasoli, diretora de Marketing da Corteva Agriscience na América Latina.

E mais: 78% das mulheres brasileiras acreditam que existe discriminação de gênero, mais do que a média global, que é de 66%. Além disso, 63% delas disseram que atualmente existe menos discriminação do que há 10 anos e 44% consideram que o Brasil levará, em média, de uma a três décadas para igualar homens e mulheres neste segmento. Um dado que chamou a atenção foi que quase metade das brasileiras relatou ganhar menos do que os homens. Importante destacar que, no Brasil, esta percepção é pior do que nos demais países, cuja média é de 40%.


Outro dado aponta que 89% das mulheres no Brasil gostariam de ter mais acesso a treinamentos. Na América Latina, em países como México e Argentina, os números são semelhantes, 86% e 84%, respectivamente. Ainda sobre educação, 87% das brasileiras e mexicanas gostariam de ampliar seu nível de formação acadêmica. As argentinas aparecem logo depois, com 85%. "Entrevistamos produtoras de grandes fazendas em economias mais avançadas e também agricultoras

de propriedades de subsistência no mundo em desenvolvimento. Tomando por base os resultados dessa pesquisa, conseguiremos acompanhar e medir os avanços de inclusão da mulher no agronegócio daqui para frente", destacou Krysta Harden, Vice-Presidente de Assuntos Externos e Sustentabilidade da Corteva AgriscienceTM.

Embora as mulheres se orgulhem de estar na agricultura, elas percebem que existe discriminação. O dado varia de 78% na Índia a 52% nos Estados Unidos. No Brasil, este índice também é de 78%. No universo das mulheres entrevistadas, apenas a metade se considera tão bem-sucedida quanto os homens. 42% das entrevistadas dizem ter as mesmas oportunidades que os colegas do sexo masculino e apenas 38% afirmam poder tomar decisões sobre como a renda é usada na agricultura e no cultivo. Quase 40% das entrevistadas relataram ter renda menor do que os homens e menos acesso a financiamento. No topo da lista de preocupações estão a estabilidade financeira, o bem-estar de suas famílias e o equilíbrio entre trabalho e vida pessoal. Muitas disseram que precisam de mais treinamento para aproveitar a tecnologia agrícola que se tornou essencial para o sucesso financeiro e a administração ambiental. Esse desejo de treinamento surgiu como a necessidade mais citada entre as entrevistadas para derrubar os obstáculos aos direitos iguais entre homens e mulheres.

A maioria das mulheres relatou o que deve ser feito para remover os obstáculos contra a desigualdade. Cinco ações-chave. Mais treinamento em tecnologia (citado por 80%), mais educação acadêmica (citado por 79%), mais apoio jurídico e de outras formas (citado por 76%), comunicar mais amplamente os sucessos e as contribuições das mulheres na agricultura (citado por

75%) e sensibilizar o público para a discriminação de gênero na agricultura (citado por 74%). "Embora saibamos que as mulheres representam quase a metade dos agricultores do mundo, o estudo confirma que os desafios persistem, impedindo não apenas as mulheres na agricultura, mas também as pessoas que dependem delas: suas famílias, suas comunidades e as sociedades. Identificar a existência desses desafios é o primeiro passo para remover os obstáculos para as agricultoras rurais atingirem todo o seu potencial", determinou Harden.

A Corteva está comprometida em envolver e apoiar as mulheres na agricultura em todo o mundo - desde aquelas que trabalham nas maiores fazendas e nas economias mais avançadas até as que atuam em propriedades menores voltadas à agricultura familiar e de subsistência. Diante de tudo o que foi revelado no estudo, a companhia resolveu investir, no Brasil, em uma parceria com a Fundação Dom Cabral e a Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG) para capacitar produtoras rurais para a liderança do agro no Brasil. E lançar a Academia de Liderança das Mulheres do Agronegócio. 

## PESQUISA GLOBAL

- Entrevistou 4.157 mulheres em 17 países | Ásia-Pacífico (24%), América do Norte (21%), América Latina (21%), Europa (19%) e África (15%)
- A maioria das mulheres entrevistadas trabalha com agricultura ou está envolvida em outras atividades relacionadas ao agronegócio
- Dentre as entrevistadas, estão mulheres que comandam pequenas propriedades familiares até aquelas que têm empresas com mais de 300 funcionários
- Os cargos das entrevistadas variam de proprietárias e gerentes a funcionárias e trabalhadoras
- A média da faixa etária das entrevistadas é de 34 anos
- Países pesquisados: China, Índia, Indonésia, Austrália, EUA, Canadá, Brasil, México, Argentina, França, Alemanha, Itália, Espanha, Reino Unido, Quênia, Nigéria e África do Sul
- 58% das entrevistadas se dizem felizes com o seu trabalho, mas 51% dizem que não são reconhecidas | 41% não consideram que têm voz ativa no negócio e 43% sentem que podem tomar decisões sozinhas.

## PESQUISA | RECORTE BRASIL

- 78% acreditam que existe discriminação de gênero no Brasil | Mais do que a média global, que é de 66%
- 80% das mulheres que responderam à pesquisa estão na faixa etária entre 20 e 39 anos
- Maior parte das entrevistadas é dona ou sócia-proprietária (44%) | 24% são funcionárias | 18% gerentes | 12% supervisoras
- 55% são pequenas produtoras (de um a 19 funcionários)
- 90% têm muito orgulho do ofício no Brasil (mais do que a média global de 70%)
- 63% das brasileiras acreditam que atualmente existe menos discriminação do que há 10 anos (dentro da média global)
- 44% das brasileiras consideram que o País levará, em média, de uma a três décadas para alcançar igualdade entre os gêneros
- 49% dizem que ganham menos que os homens
- 42% dizem que têm menos acesso a financiamento do que os homens
- Família e estabilidade financeira estão no topo das preocupações | Trabalho é uma das últimas prioridades.

## Cresce combate ao comércio ilegal de defensivos agrícolas

Campanha liderada pela Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários expande para cinco novos estados do Brasil e ações fiscalizatórias devem crescer ainda mais




Fernando Guerreiro Abrão, da ANDAV - "A cada ano, incluímos novos temas, que são necessários para gerir melhor os negócios".

A venda ilegal e irregular de insumos agropecuários causa um prejuízo não só financeiro, mas também de segurança e de saúde. Desde março do ano passado, a Coordenadoria de Defesa Agropecuária de São Paulo (CDA), em parceria com a Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários (ANDAV), iniciou a Campanha Estadual de Combate à Venda Irregular de Agrotóxicos em Plataforma Digital. Após as primeiras etapas fiscalizatórias, o objetivo é identificar proprietários de 65 mil anúncios irregulares em diversos sites de comercialização. A iniciativa passou a contar com o apoio de

algumas plataformas de e-commerce importantes, como é o caso do Mercado Livre, um dos sites com maior número de anúncios identificados, que comercializa defensivos sem procedência definida e sem exigir receita agrônômica.

E, agora, mais cinco estados aderiram à campanha, transformando a iniciativa em uma ação de inteligência, integrada nacionalmente. Depois da CDA - São Paulo, agora aderiram à iniciativa a Companhia Integrada de Desenvolvimento Agrícola de Santa Catarina (CIDASC), a Agência de Defesa Agropecuária do Paraná (ADAPAR), a Superintendência de

Defesa Agropecuária do Rio de Janeiro (SEAPA), a Agência Estadual de Defesa Sanitária Animal e Vegetal de Mato Grosso do Sul (IAGRO) e a Agência Goiana de Defesa Agropecuária (AGRODEFESA). "São Paulo responde por 60% do comércio eletrônico no Brasil, que inclui os agrotóxicos. Este fato nos levou, junto aos outros estados, a realizar ações para adequar os produtos agrícolas à realidade legal para o uso e a comercialização", explicou Rafael de Melo Pereira, engenheiro-agrônomo da Secretaria de Agricultura de São Paulo, que responde pelo Centro de Fiscalização de Insumos e Conservação do Solo junto à CDA. 

## OS NOVOS ALIADOS!

"Devido à ação de outros estados, Goiás amadureceu o debate do e-commerce de agrotóxicos e entendeu que a saída é a regulamentação estadual deste tipo de comércio para, inclusive, autuar quem já comercializa ilegalmente."

Rodrigo Baiocchi Lousa - Coordenador do Programa de Fiscalização de Agrotóxicos da Agência Goiana de Defesa Agropecuária (Agrodefesa).

"Em Santa Catarina, sete plataformas digitais foram autuadas por propaganda irregular de agrotóxicos. E estamos aguardando os desdobramentos para saber com maior detalhes o volume e os números desse tipo de comércio no estado."

Matheus Mazon Fraga - Gestor Estadual da Divisão de Fiscalização de Insumos Agrícolas da Companhia Integrada de Desenvolvimento Agrícola de Santa Catarina (Cidasc).

"Estimamos que em torno de 15% a 20% das comercializações no Paraná são de natureza ilícita. Já

tomamos medidas, como a fiscalização em comércio e produtores, todas integradas com as Polícias Federal e Militar, Mapa e Ibama."

Luiz Angelo Pasqualin - Fiscal de Defesa Agropecuária da Agência de Defesa Agropecuária do Paraná (Adapar)

"As primeiras ações combateram a divulgação irregular e o comércio de produtos fracionados em diversos sites. Foram notificados ou multados três deles que hospedam anúncios, além de uma rede social."

Luiz Carlos Bittercurt - Fiscal estadual agropecuário da Agência Estadual de Defesa Sanitária Animal e Vegetal do Mato Grosso do Sul (Iagro).

"Não existe uma estatística deste tipo de comércio em nosso estado, o que torna ainda mais importante a cooperação técnica. Assim, cumprimos o objetivo de obedecer a legislação."

Leonardo Vicente da Silva - Coordenador do Setor de Controle de Agrotóxicos da Superintendência de Defesa Agropecuária do Rio de Janeiro (Seapa).

## QUARTA PESQUISA NACIONAL DA DISTRIBUIÇÃO

Nova edição do levantamento quer aumentar a participação dos associados e vai ser apresentada no IX Congresso ANDAV, em agosto

Consolidada após três edições, a pesquisa anual, focada nos desempenhos e desafios do canal de distribuição de insumos agrícolas e veterinários, entrou na fase de aplicação junto aos associados. No ano passado, o levantamento mostrou sua importância enquanto ferramenta analítica e estratégica – a única do setor –, sendo muito utilizada no planejamento das empresas associadas ANDAV. Um ponto forte da edição 2018 foi, também, a simplicidade em identificar temas relevantes e presentes na rotina do distribuidor. A Quarta Pesquisa Nacional da Distribuição tem como grande objetivo aumentar a participação dos associados e os resultados serão apresentados durante plenária do IX Congresso ANDAV, que vai ser realizado de 12 a 14 de agosto, no Transamerica Expo Center, mostrando a real visão dos empresários e seus desafios frente ao mercado, cada vez mais competitivo e em transformação.

A nova Pesquisa Anual da Distribuição deve seguir os mesmos objetivos da edição passada. "Queremos aumentar a adesão dos respondentes e, para isso, estaremos

empenhados na captação de dados e em mostrar que a participação é essencial para um 'raio-x' bastante fiel do nosso setor", analisa Fernando Guerreiro Abrão (Turco), diretor da ANDAV e um dos responsáveis pela pesquisa. Fernando ainda reforça uma questão importante do levantamento: "Somente o associado participante receberá a versão completa. "A cada ano, incluímos novos temas, que são necessários para gerir melhor os negócios". Para participar é simples: basta seguir os passos que serão encaminhados por e-mail, que contém link direto para o formulário da pesquisa. Mais informações podem ser adquiridas pelo e-mail: [qualidade@andav.com.br](mailto:qualidade@andav.com.br)



# Tour DSM confirma: confinamento rendeu 2,5% ao mês em 2018

As estratégias tecnológicas ainda preservam a carne, aumentam seu tempo de prateleira no varejo e garantem mais vitaminas ao consumidor



O estudo registrou 4,98 milhões de bovinos confinados, 3% a mais que 2017.

Média positiva de retorno financeiro para os produtores de 2,5% ao mês. Bovinos mais pesados e com melhor acabamento. E melhora na saúde dos animais e na qualidade da carne que chega às mesas dos consumidores. Estes foram os principais resultados do 4º Tour DSM de Confinamento, anunciados pela Tortuga, marca de suplementos nutricionais para bovinos, equídeos e pequenos ruminantes da DSM, e o Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, da Universidade São Paulo (Cepea/ESALQ-USP).

A edição 2018 contou com onze encontros técnicos e produtores de oito estados (São Paulo, Pará, Goiás, Tocantins, Rondônia, Bahia, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul). Em

todos os confinamentos, os técnicos da DSM avaliaram o desempenho zootécnico de bovinos que consumiram os suplementos nutricionais com as tecnologias CRINA® e RumiStar™ (exclusivas da DSM), presentes na linha Fosbovi® Confinamento. Já os especialistas do Cepea, sob a liderança do professor Dr. Sergio De Zen, avaliaram os resultados destas inovações a partir da melhora da rentabilidade, considerando variáveis como custo da terra, do boi magro e da nutrição até a alta da receita pela produção de bovinos mais pesados e com melhor acabamento.

Na edição deste ano, nove etapas avaliaram bovinos em sistemas de confinamento e duas em semiconfinamento, com fornecimento de ração na dose de 2% do peso vivo do animal. Em ambos os casos, o gerente

de categoria Confinamento da DSM, o zootecnista Marcos Baruselli, ressalta que foram fornecidas dietas ricas em milho, com alto teor de concentrado e baixo volumoso. E, com a inclusão das tecnologias da DSM à dieta, os especialistas do Cepea registraram a média positiva de retorno financeiro de 2,5% ao mês. “Esse retorno é muito positivo do ponto de vista econômico, principalmente pelo fato de as etapas avaliarem diferentes tipos de dietas, animais e estruturas, comprovando que o investimento em tecnologia é fundamental para a atividade”, reforça Baruselli, lembrando que, somada a edição deste ano às anteriores, o Tour DSM de Confinamento chegou ao final de 2018 com a avaliação de bovinos em 35 etapas.

Sobre os resultados zootécnicos, Baruselli ressalta o ganho de peso

elevado e outros benefícios que se estendem por toda a cadeia produtiva, da saúde dos animais até a melhora da qualidade da carne que chega às mesas dos consumidores, como maior concentração de minerais e vitaminas, como a vitamina E, por exemplo, que preserva a carne e aumenta o seu tempo de prateleira no varejo.

O levantamento do Serviço de Informação de Mercado (SIM), da DSM, junto a mais de três mil pecuaristas, comprovou o crescimento da intensificação da pecuária brasileira. Em 2018, o estudo registrou 4,98 milhões de bovinos confinados, um número 3% superior aos 4,85 milhões registrados em 2017 e 33% maior que os 3,75 milhões de 2016.

“O Censo da Pecuária da DSM comprova que o produtor brasileiro está cada vez mais atento para a produtividade do rebanho e, consequentemente,



Marcos Baruselli, gerente de categoria Confinamento da DSM.

torna-se mais comum a opção pelo confinamento para terminar os bovinos em função de uma série de ganhos que este sistema traz para a atividade. “Os números deste ano mostram que chegamos mais cedo aos 5 milhões de bovinos confinados, que projetávamos alcançar apenas em 2020. E, somado aos produtores que optam pelo semiconfinamento, que é caracterizado pelo fornecimento de ração no pasto, estimamos que o rebanho brasileiro tenha 10 milhões de bovinos tratados com uma dieta mais eficiente, o que ajuda a tornar a pecuária cada vez mais produtiva, competitiva e, consequentemente, mais rentável”, comenta Baruselli, que estima que a engorda em confinamento chegue a 10 milhões de animais em 2025.

Um dos pontos altos do sistema de confinamento destacados por Baruselli é a sustentabilidade em caráter social, ambiental e econômico. “No confinamento, uma questão muito positiva é o efeito ‘poupa-terra’, dado que o sistema torna possível terminar um bovino de corte em apenas 90 dias, com um desempenho que ele levaria, em média, um ano em sistema de pasto. Com isso, o produtor consegue liberar terra para agricultura, pastagem e para preservação”, conta o especialista, ressaltando ainda que a inclusão das tecnologias da companhia contribui para a produção de carne de alta qualidade com uso de aditivos e ingredientes naturais na ração dos animais, sem antibióticos.

As avaliações de campo realizadas nas etapas do Tour mostram que os suplementos nutricionais da marca Tortuga geram uma arroba a mais por bovino confinado. Segundo Baruselli, é um resultado zootécnico que permite ganhos equivalentes a um animal a cada 18 bovinos confinados.

Os ganhos gerados pelas tecnologias, porém, vão além do ganho de peso. Como benefícios, Baruselli cita ainda melhor eficiência alimentar; redução das taxas de problemas gastrointestinais, como diarreias ou timpanismo; rápida adaptação dos animais; menor taxa de refugo de cocho; aumento do consumo de ração desde os primeiros dias de confinamento; eficiência na digestão; e menor incidência de animais com laminites e acidose. “São benefícios que se estendem para toda a cadeia da carne, partindo dos produtores, passando pela indústria frigorífica e chegando até aos consumidores”, reforça.



## CONFINA BRASIL!

- 5 milhões de bovinos confinados em 2018
- 10 milhões de bovinos em semiconfinamento em 2018
- 10 milhões de animais confinados em 2025 (previsão)

## SERVIÇO DE INFORMAÇÃO DE MERCADO DA DSM

- Mais de 3 mil pecuaristas
- 4,98 milhões de bovinos confinados
- 3% acima de 2017 (4,85 milhões) registrados no ano passado
- 33% maior que os 3,75 milhões de 2016

## 4º TOUR DSM DE CONFINAMENTO

- 11 encontros técnicos e produtores de oito estados
- Suplementos nutricionais com as tecnologias CRINA® e RumiStar™ (exclusivas da DSM) - Linha Fosbovi® Confinamento
- 9 etapas com bovinos em sistemas de confinamento
- Duas etapas em semiconfinamento (ração na dose de 2% do peso vivo)
- Avaliação total de bovinos já feita em 35 etapas

## Parceria que profissionaliza!

União entre Ourofino Saúde Animal e Boasafra Produtos Agropecuários viabilizará treinamentos no campo em 2019



Vendedores da Boasafra e produtores do Acre e de Rondônia serão treinados em corte e leite.

As estimativas para o crescimento do agronegócio em 2019 são positivas. Segundo a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), o Produto Interno Bruto (PIB) do segmento deve ser de 2%, percentual superior ao apresentado em 2018. O desenvolvimento dependerá da movimentação das empresas em prol da profissionalização do setor. Parceiras na comercialização de soluções agropecuárias, a Ourofino Saúde Animal e a Boasafra Produtos Agropecuários promoverão, no início

do ano, treinamentos para pecuaristas e revendedores. Por meio de atividades gratuitas, vendedores da Boasafra e produtores do Acre e de Rondônia serão capacitados para a lida dos gados de corte e de leite. A Ourofino Saúde Animal conta com uma equipe de profissionais para ministrar cursos para a capacitação das equipes de campo.

Entre os temas previstos estão Manejo de Maternidade; Boas Práticas na Vacinação e na Aplicação de

Medicamentos; Manejo Racional; e Manejo Reprodutivo. As ações aliarão teoria e prática em, aproximadamente, seis horas de duração. Neste ano, também serão ofertadas palestras aos produtores rurais das regiões atendidas pelas duas empresas. Os assuntos previstos foram desenvolvidos de acordo com a vocação dessas localidades, formadas por bacia leiteira, gado de corte e confinamento, por exemplo. Com esses treinamentos, as empresas demonstram uma preocupação que

vai além da lucratividade. “Estou otimista com as atividades porque elas integram o posicionamento de preparar tecnicamente mais pessoas no campo para melhorar os resultados das propriedades”, diz o proprietário da Boasafra, Gilberto Borgio

De acordo com Cristiano Passarin, gerente regional da Ourofino Saúde Animal, a parceria com a Boasafra Produtos Agropecuários já dura oito anos e é baseada em confiança e diálogo aberto, o que permite o desenvolvimento de ações assertivas que beneficiam tanto a revenda como os clientes finais, oferecendo as melhores soluções para o agronegócio. “O propósito da nossa empresa é de sempre reimaginar a saúde animal e os parceiros são fundamentais para alcançarmos resultados que contribuam para a produtividade do campo de atuação

da empresa. Muito mais que a venda de soluções, sabemos o quanto o conhecimento é a chave para o sucesso e a produtividade, por isso, envolver e colaborar com capacitação técnica é uma das nossas principais missões. Felizmente, a Boasafra tem esse mesmo pensamento”, afirma Passarin.

Show de Prêmios - Recentemente, a parceria entre as empresas também promoveu a campanha ‘Show de Prêmios’, que foi encerrada com resultados expressivos no fim de 2018 e beneficiou a equipe de vendas e os clientes. “Foram mais de 5.500 litros de produtos comercializados somente nesse período, como o Master LP e o Fluatac Duo, o que demonstra o engajamento dos colaboradores com o resultado. Além disso, ao fazer a compra, o consumidor já era recompensado com um brinde adequado a sua realidade”, ressalta o gerente regional.

O consultor comercial da Ourofino Saúde Animal, Cleiton Alves Ramos, reforça que a parceria proporciona condições especiais ao mercado de atuação da Boasafra. “Conseguimos trabalhar com preços e prazos diferenciados, que só são possíveis por conta da credibilidade da empresa parceira, uma das mais antigas e célebres da região. E da confiança mútua que conseguimos constituir ao longo dos anos de união”. Ao completar 40 anos em dezembro de 2018, a Boasafra reafirma a expressividade no setor e credita a perenidade da companhia às parcerias, a um preparo cada vez maior e à qualidade da equipe, que deve continuar se aperfeiçoando ao longo do tempo para atender ao objetivo de levar aos produtores conhecimento e condições diferenciadas que interferem diretamente no resultado no campo. **AR**



Boasafra Produtos Agropecuários: parceria de oito anos, baseada em confiança e diálogo aberto.

# Colosso

A marca que oferece um colosso de resultados.

Com mais de 1 bilhão de tratamentos, Colosso é sinônimo de confiabilidade e segurança no tratamento de parasitas externos através de suas formulações e concentrações diferenciadas. Uma família inteira de soluções pronta para alavancar seus resultados. Colosso, aprovado por Leandro Baldissera.

*Leandro Baldissera*



**ourofino**  
saúde animal

## Dia de Campo em São Paulo destaca valor da certificação dos rebanhos

Fazenda Santa Helena, parceira do Serviço Brasileiro de Certificações, é referência em Integração Pecuária e Agricultura, aproveitamento de resíduos, silagem, fertirrigação, rastreabilidade e intensificação



Vista aérea do Dia de Campo BCA, em Quintana (SP).



Cinco mil bovinos por ano e mercado garantido na Europa.



Área de soja (450 ha no total) no fim de janeiro deste ano.

Agregar valor aos rebanhos bovinos, melhorar a gestão da fazenda e alcançar mercados que pagam mais pela carne bovina. As três mensagens deram a tônica do atendimento realizado pelo Serviço Brasileiro de Certificações (SBC) durante a primeira edição do Dia de Campo BCA - Integração Lavoura x Pecuária Intensiva (ILPI), organizado no fim de janeiro na Fazenda Santa Helena, em Quintana (SP), pela Bürgi Consultoria Agropecuária (BCA) e Agropecuária Irmãos Gonçalves, com o apoio do Grupo Pecuária Brasil (GPB).

A fazenda é parceira da SBC e considerada uma referência no Brasil pela profissionalização dos negócios, investindo em integração Pecuária e Agricultura, aproveitamento de resíduos, silagem, fertirrigação, rastreabilidade e intensificação. A propriedade mantém lavouras de 450 hectares de soja e 48 hectares de milho para suplementação alimentar úmida, arrenda mil hectares para plantio de amendoim e usa a mesma área no inverno para plantio de capim piatã, sorgo, aveia e milheto. Na área animal, comercializa cinco mil bovinos por ano, comprando bezerros com oito e nove meses, fazendo recria e terminação intensiva, com rodízio de piquetes em duas fazendas coligadas. O novo projeto de ampliação exigiu investimentos de R\$ 1 milhão, para aumentar os espaços destinados ao confinamento e à recria.

O Dia de Campo reuniu em torno de quinhentos pecuaristas e consultores de praticamente todos os estados brasileiros. A área da fazenda foi organizada em estações que mostraram e informaram sobre os vários processos produtivos da propriedade. Armazém, curral, confinamento, silagem, soja etc. A estação da SBC foi comandada pelos



Matheus Modolo Witzler e Sérgio Ribas, diretores do SBC Certificações.

executivos da empresa, Sergio Ribas Moreira e Matheus Modolo Witzler, a gerente da Fazenda Santa Helena, Bruna de Oliveira, Luiz Roberto Zillo, do Grupo Pecuária Brasil (GPB) e Balizador GPB, e André Criveli, da Terra Investimentos. No espaço erguido no curral da propriedade, os participantes foram orientados sobre os investimentos feitos durante todo o processo de certificação e o retorno que podem obter com o passar do tempo. "Pelos nossos cálculos, o valor investido chega a oito reais por animal, porém, o pecuarista consegue atingir até R\$ 60 a mais de retorno financeiro por bovino rastreado, negociando com novos mercados, mais exigentes, que pagam mais pela carne brasileira. Nosso objetivo é ajudar o produtor rural a agregar valor ao seu boi. Oferecer o Serviço Brasileiro de Rastreabilidade da Cadeia Produtiva de Bovinos e Bubalinos (Sisbov) e, ainda, melhorar a gestão da fazenda", falou o Diretor Comercial da SBC, Sérgio Ribas Moreira.

O Diretor Comercial da empresa adiantou ainda que o crescimento nas exportações brasileiras de carne bovina chegou a 9% em 2018 e os rebanhos certificados no sistema Sisbov passaram de quatro milhões,

alcançando, em média, R\$ 3 a mais por arroba. "Isto tudo sem falar em rastreamento e a certificação, o empresário rural pode controlar melhor a movimentação das cabeças na propriedade e administrar várias possibilidades propiciadas pela identificação individual", acrescentou.

O Dia de Campo contou ainda com um almoço oferecido pelos proprietários da Santa Helena e uma visita à área de piquetes intensivos da vizinha Fazenda Bom Jardim, também ligada à Agropecuária Irmãos Gonçalves. "É um projeto que acredita na pecuária intensiva. E amplia seus negócios continuamente, com a força e a energia dos proprietários", resumiu Ricardo Bürgi, diretor da BCA, uma das organizadoras do Dia. "É uma honra ter aqui produtores de praticamente todos os estados brasileiros. Trabalhamos com agricultura, temos secador de grãos, rastreamento, pasto rotacionado, confinamento. É um projeto maravilhoso e que conta com parceiros de primeira, como a SBC", comemorou Guilherme Fonseca, Administrador da Agropecuária Irmãos Gonçalves. **AR**

## UCBVET recebe prêmio de Exportação

Honraria fechou o ano da empresa, que cresceu mais de 10% em 2018



Nilton Martini, Diretor Comercial da UCBVET.

Mylene Abud

Companhia centenária de medicamentos veterinários para animais de estimação e de produção, a UCBVET recebeu, no fim do ano passado, o prêmio 'Exporta Ribeirão', entregue pela Associação Comercial e Industrial de Ribeirão Preto (ACIRP). "A cidade e a nossa região abrigam muitos exportadores. Destacar-se nesse contexto demonstra que a UCBVET caminha no rumo correto com as suas operações de comércio internacional", comemora Diego Fávero, gerente de Comércio Exterior (Comex) da empresa, que recebeu o prêmio em cerimônia realizada na sede da associação.

Oferecido anualmente, o Exporta Ribeirão elege os vencedores com base na pontuação obtida pelas empresas no preenchimento de um questionário.

**“Aumentamos a equipe e nos preparamos para ter um 2019 muito positivo.”**

Além de Diego, participaram do evento Rodolpho Marques e André Reis, integrantes do time de Comex da UCBVET.

O prêmio coroa o ano da empresa que, apesar dos percalços econômicos, registrou crescimento acima das previsões. "Estamos extremamente otimistas com o atual momento. Nossa previsão é registrar um crescimento

entre 9% e 11% em 2018, acima das expectativas de mercado e da inflação. Também estamos aumentando a equipe e nos preparando para que este ano seja muito positivo", conta Nilton Martini, Diretor Comercial da UCBVET. A UCBVET foi fundada em 1917, atua em todo o território nacional e exporta para países da América Latina, África e Oriente Médio. Possui uma unidade industrial em Jaboticabal e uma unidade de negócios em Ribeirão Preto, ambas no interior de São Paulo.

Mantém equipes de profissionais altamente qualificados, incluindo médicos-veterinários, farmacêuticos, químicos, biólogos e zootecnistas. Atualmente, tem no portfólio 57 produtos em 106 apresentações, destinados ao tratamento de cães, gatos, bovinos, suínos, ovinos, caprinos, equinos e aves. **AR**



Área de Armazenagem da UCBVET em Jaboticabal (SP)



UM ENCONTRO FOCADO NAS LIDERANÇAS COOPERATIVISTAS AGROPECUÁRIAS

**PALESTRA:**  
O AGRONEGÓCIO BRASILEIRO NO CONTEXTO DA GUERRA COMERCIAL E DA RECUPERAÇÃO DA ECONOMIA BRASILEIRA.

**RICARDO AMORIM**  
ECONOMISTA, APRESENTADOR DE TELEVISÃO, EMPREENDEDOR E COLUNISTA DA REVISTA ISTOÉ

**PRESENÇA CONFIRMADA**

04 E 05 DE JUNHO DE 2019  
HOTEL ROYAL PALM HALL  
CAMPINAS - SP



# Os desafios das cooperativas agropecuárias para 2019

Nossas organizações precisam avançar e acompanhar toda a expectativa gerada para tornar os resultados exponenciais e surfar nesta onda de otimismo



Luciana Martins Medeiros  
Mprado Consultoria

Recentemente, participei de um encontro onde estavam presentes vários presidentes de cooperativas e começamos a refletir sobre quais as grandes oportunidades que teríamos em 2019 e o que toda a mudança no cenário político e econômico traria de fato e concreto para nossas cooperativas. Muitas foram as opiniões sobre quanto este ano vem se apresentando como promissor e gerando uma grande expectativa, não apenas para os líderes mas para todos os cooperados. Naquele instante, percebi o quanto nossas organizações precisariam avançar para acompanhar toda aquela expectativa gerada, como tornar os resultados exponenciais

e surfar nesta onda de otimismo, considerando que as cooperativas são uma grande força motriz da economia brasileira. Diante de várias opiniões interessantes levantadas, gostaria de compartilhar o meu ponto de vista sobre os grandes desafios para os próximos anos, levando em consideração a realidade de diversas cooperativas. Aprofundarei em quatro temas que ressaltarei como prioritários de atenção pelos dirigentes e para a sustentabilidade do segmento. São eles: Verticalização/Expansão, Gestão/Profissionalização, Liderança e Governança

Não é novidade que a expectativa de um novo cenário sempre traz consigo

o otimismo. As organizações estão mais atentas e dispostas a serem parte importante neste processo, o nível de profissionalização em constante crescimento, o número de diretores executivos contratados para gerir aumenta e se consolida, a velocidade da mudança do mercado força, em parte, esta nova conjuntura. Pode-se dizer que nunca em toda a história humana se mudou com tanta velocidade e, neste mesmo sentido, observa-se que muitos presidentes têm refletido bastante sobre esta questão e tomado as ações necessárias para acompanhar a evolução do mercado. Estamos inseridos em um mercado de concorrência global, em que a

gestão financeira e comercial merece um ponto de atenção. Equipes comerciais devem encarar este novo momento e buscar de forma mais ativa conquistar os cooperados, levando a estes soluções que gerem valor e que possam ser percebidas como diferenciais no mercado, buscando, assim, a fidelização. Neste novo contexto, faz-se necessária a aplicabilidade das melhores práticas de gestão financeira com soluções eficazes para a construção de pilares sólidos de sustentação, com os olhos atentos ao 'credit score' e à geração de caixa. Todos esses esforços suportados pela tecnologia, que contribui cada vez mais para a maior eficiência dos processos.

Com relação à tecnologia, é possível perceber um grande número de cooperativas atentando a este universo. Como exemplo disso, podemos observar algumas cooperativas promovendo eventos de importância nacional, abordando com grande propriedade o tema. Esse é um caminho importante, não só para 2019 como para os próximos cinco anos. As inovações tecnológicas inseridas nas cooperativas visam a facilitar serviços, disponibilizar ferramentas e otimizar os resultados para seus cooperados. Com certeza, quem não se planeja para as mudanças, passará por dificuldades. A verticalização também precisa ser bem trabalhada pelas cooperativas na busca por gerar produtos de maior valor agregado, potencializando maiores sobras para o negócio. É de grande

importância que essa verticalização ocorra através de processos sinérgicos integrados e alinhados à vocação natural da cooperativa. Outra forma de crescimento é a expansão geográfica. Ao ser planejada, devemos considerar fatores de mercado, concorrência, capacidade financeira para investir e pessoas.

Outro tema a ser explorado neste novo ano é que as cooperativas precisam ficar atentas à evolução quanto ao processo de governança, visando à sustentabilidade do negócio. A evolução do setor impreterivelmente passará por conselhos mais atuantes, inclusive com a presença de conselheiros consultivos externos, visando a alinhar a estratégia da cooperativa com os cenários tecnológicos e mercadológicos disruptivos que vivemos.

Talvez, de todos os assuntos abordados até agora, o mais relevante seja a Liderança. Para quem trabalha com riscos e incertezas o tempo todo, a postura de líder inspirador é essencial. O líder inspirador é aquele com visão ampliada, que trabalha de forma planejada e inovadora diante dos diversos cenários que se desenham para o futuro, em um ambiente globalizado e altamente competitivo. Este novo momento exigirá grandes líderes que conduzirão as cooperativas para aproveitarmos todo o potencial de desenvolvimento econômico, social e ambiental que temos à frente.

O mercado é crescente e serão

vencedoras as cooperativas que manejarem melhor os recursos para produzir e trabalharem de forma eficaz a gestão em toda a cadeia produtiva. Controles gerenciais eficientes são as ferramentas básicas para suportar a tomada de decisões desses dirigentes.

Diante de um cenário com imenso potencial econômico e financeiro, os desafios estão associados à necessidade de evolução nas melhores práticas de governança, através de um robusto investimento nas linhas de conhecimento, organização, automação de processos e controles por parte dos dirigentes, para o melhor aproveitamento dos recursos disponíveis. O engajamento dos líderes é um dos fatores que balizará e dará a sustentabilidade necessária para que o setor busque redução de custos na produção, aumento de margens, visão estratégica de longo prazo e profissionalização das atividades para obter maior competitividade no âmbito nacional e internacional, garantindo resultados capazes de alçar a sua cooperativa a voos inimagináveis. **AR**



Luciana Martins Medeiros

“O engajamento dos líderes é o maior fator de sustentabilidade e resultados do setor”.



Fernando Degobbi - Diretor Presidente da Coopercitrus  
Cooperativa de Produtores Rurais.

“Dentre os desafios colocados para 2019, destaco quatro pilares estratégicos fundamentais para o desenvolvimento da Coopercitrus:

- Crescimento orgânico das atividades, complementando a geografia e com foco absoluto nos insumos e serviços voltados ao produtor rural;
- Integração do atendimento, usando a tecnologia de ponta (digitalização e agricultura de precisão) como ferramenta de efetividade nos processos;
- Modernização e capacitação dos sistemas e colaboradores, buscando agilidade e segurança;
- Desenvolvimento de modelos financeiros para o suporte das operações de crédito como alternativa aos recursos oficiais que tendem à escassez.”



“Tenho certeza de que 2019 será um ano muito promissor, com muitos desafios na política e no agro também. Para a Casul, será um ano de muito trabalho, em que verticalização e governança serão o nosso foco.”

Olavo Morales Garcia, Diretor Presidente da  
Cooperativa Agropecuária de Parapuá (Casul).



Luiz Carlos Chiocca –  
Diretor Presidente da  
Cooperativa Agrícola  
Campos Novos  
(Copercampos)

“Acreditamos que, em 2019, o produtor rural terá novos desafios para aumentar a produtividade e baixar custos nas lavouras, pois a rentabilidade está cada vez menor e as perspectivas econômicas indicam que os preços não sofrerão tantas mudanças, com a estabilidade do dólar e da Bolsa. Estamos aguardando as posições do novo governo do País, sua atuação e o apoio ao agronegócio com a disponibilidade de recursos e juros menores para que o setor se desenvolva e movimente a economia. O cenário da suinocultura merece atenção e as enfermidades que vêm ocorrendo nos preocupam. Acredito que devemos repensar a gestão desta atividade para atender ao mercado com produtos de qualidade. O momento é de esperanças, de ajustes no agronegócio, especialmente quanto aos custos, mas também precisamos investir em tecnologias eficientes para o desenvolvimento da agropecuária. Na Copercampos, temos buscado alternativas para gerar receitas e baixar custos e vamos continuar a incentivar o uso da agricultura digital para prosperar no campo.”



Dilvo Grolli, presidente da  
Cooperativa Agropecuária  
de Cascavel (Copavel).

“O grande desafio do cooperativismo para os próximos anos será implantar a agricultura 4.0 no Brasil e participar mais ativamente do comércio internacional e da melhoria da infraestrutura brasileira. Os desafios da Copavel serão desenvolver um novo modelo estratégico para o fortalecimento das propriedades rurais, bem como para o seu processo de governança.”



Silceu Dalberto -  
Presidente da Cooperativa  
Agropecuária Alto Uruguai  
Ltda (COTRIMAIO)

“Estou depositando muita esperança em 2019. Vejo nosso Brasil começando uma página nova, o Rio Grande do Sul no caminho de acertar ainda mais o passo, e a nossa cooperativa superando e melhorando a cada dia, com gestão estratégica focada na governança moderna e prática, também investindo na profissionalização de cooperados e colaboradores. Por isso tudo, espero coragem, determinação, inteligência e sabedoria para os desafios serem transformados em oportunidades.”



Nei César Mânica,  
presidente da Cotrijal  
Cooperativa Agropecuária  
e Industrial (Cotrijal).

“O ano de 2019 inicia com expectativa de crescimento econômico e esperamos impacto positivo sobre o agronegócio. O setor sustentou o País nos últimos anos, mesmo trabalhando com fatores limitantes, como custos elevados, falta de infraestrutura de logística e dólar mais valorizado. O desafio é adaptar-se a essas questões complexas e fazer com que produtor e cooperativa consigam manter margens que garantam a continuidade do negócio, com uma gestão profissionalizada e desenvolvimento constante da equipe.”

# Cursotrat



Com ele a diarreia **tem fim.**

# Encontro Nacional das Cooperativas 2019

Evento do Grupo Conecta tem a Revista AgroRevenda como mídia oficial e vai reunir mais de quatrocentos profissionais das principais cooperativas agropecuárias do Brasil



**C**ampinas (SP), Royal Palm Hall & Resort Hotel. Dias 4 e 5 de junho de 2019. São os dois dias para o mundo do Agro se debruçar sobre um dos segmentos mais significativos do setor, o cooperativismo agrícola, pecuário, de serviços e equipamentos. Tempo de marcar presença com as novas tecnologias, formas de comercialização, parcerias e negócios durante o Encontro Nacional das Cooperativas Agropecuárias, o ENCA 2019. Tempo de debater temas como aceleração do crescimento, governança, tecnologias digitais e finanças, além de gestão de risco nas cooperativas. E a Revista AgroRevenda,

publicação do Grupo Publique e a mais representativa do segmento no Brasil, tem o prazer de ser a mídia oficial do evento, que vai reunir uma centena de cooperativas, gente responsável por um faturamento anual conjunto de R\$ 200 bilhões (dado OCB 2017) e que emprega perto de 80 mil pessoas. Estarão presentes no evento mais de quatrocentos gestores, conselheiros, presidentes, diretores e superintendentes das principais cooperativas agropecuárias do País, cerca de oitenta, além de empresas parceiras do agronegócio e palestrantes de destaques do setor, em discussões, palestras práticas inovadoras e

networking com grandes players de mercado. O encontro é promovido pelo Grupo Conecta e conta com o apoio do Sistema OCB (Organização das Cooperativas Brasileiras) e patrocínio de cooperativas e empresas de destaque no setor, que vão apresentar inovações e ideias, desde o plantio até a colheita.

O encontro ocorre em um cenário bastante promissor para o agronegócio brasileiro. As exportações em 2018 chegaram a quase US\$ 103 bilhões (fevereiro 2018 – janeiro 2019), um considerável aumento de 6% (em dólar) na comparação com o ano anterior. Os dados são do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa). As importações no segmento ficaram em US\$ 14,04 bilhões, retração de 0,5% em relação ao período anterior, proporcionando um saldo no período de US\$ 88,10 bilhões (crescimento de 7,2%).

Serão dois dias focados em temas estratégicos, como a retomada de um crescimento mais vigoroso da economia brasileira. O agronegócio verde e amarelo representa 35% de todas as vagas de emprego no País, é responsável por 41% de todas as exportações e 25% do Produto Interno Bruto (PIB), e deve crescer ainda mais no embalo da demanda por alimentos e produtos agropecuários, aumento da população mundial, das mudanças no padrão de consumo da sociedade moderna em todo o planeta e pela restrição de terras férteis e água na maioria dos países. Por isso, o radar das cooperativas está no aumento das exportações de produtos para países da África e Ásia, oferta de alimentos de



ENCA 2018 - Hotel Transamérica (SP)

maior valor agregado para o mercado interno e países sul-americanos, um trabalho mais sincronizado com os fornecedores e atuação mais eficiente e planejada ao lado dos cooperados.

Para isso, o ENCA vai destacar exemplos de dentro das cooperativas, promover debates e mesas-redondas, organizar exposição paralela com empresas patrocinadoras dos ramos de insumos, defensivos, adubação e implementos. E,

ainda, discutir margens e rentabilidade das cooperativas, sucessão e governança, sustentabilidade, performance em vendas no campo, inovação, barter, intercooperação, ações sociais, logística e avanço tecnológico.

No ano passado, o encontro teve a participação de profissionais de quase quinze estados, palestrantes de renome nacional e líderes de potências do segmento como Frísia, Coopavel,

Cooxupé, Holambra, Capal, Castrolanda, Copercampos, Coperalfa, Capal, Coamo e Central Cooperativas Aurora, entre outras. Na ocasião, O Grupo Publique foi homenageado com um troféu dos organizadores do evento pela parceria de divulgação e cobertura ao longo dos anos. A honraria foi entregue ao CEO do Grupo Publique e Publisher das Revistas Senepol, AgroRevenda e Noticiário Tortuga (DSM), Carlos Alberto da Silva, o "Carlão da Publique". **AR**

## AGRO BRASIL

- Representa 35% de todas as vagas de emprego no País
- Responsável por 41% de todas as exportações
- 23% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional
- Valor Bruto da Produção (dentro da porteira): R\$ 600 bilhões em 2018
- Produtos mais embarcados: soja, carnes, produtos florestais, sucroalcooleiro, cereais, farinhas e preparações
- Principais compradores: Ásia e União Europeia

## COOPERATIVAS DO AGRO

- Faturamento de R\$ 200 bilhões (dado OCB 2017)
- Emprega perto de 80 mil pessoas
- Exportações de US\$ 6 bilhões
- Negócios com 147 países
- Superávit na balança comercial de US\$ 5,3 bilhões

**Saiba mais e participe! Informações no site [www.gpoconecta.com.br](http://www.gpoconecta.com.br) e nos telefones (34) 3227-4286 e (34) 99947-0005**

## Curral faz bem ao boi e ao bolso!

Vacinação contra a Febre Aftosa é mais uma oportunidade para assegurar boa gestão da sanidade e nutrição dos rebanhos ao longo do ano



Seis laboratórios produzem cerca de 400 milhões de doses de vacina contra Aftosa no Brasil por ano.

São dois momentos que impactam como nunca todas as propriedades que atuam na cadeia de produção de carne e leite no Brasil. Há anos. E os dois chegam em pleno outono, mudando 'da água para o vinho' as atividades de 1,5 milhão de fazendas no Brasil inteiro. A primeira etapa da campanha nacional de vacinação contra a Febre Aftosa, mutirão obrigatório e que envolve três mil revendas e cooperativas na imunização de 217 milhões de cabeças de gado. E o fim da estação das águas, período de fartura das pastagens e da reprodução do gado.

Já é rotina todo mês de campanha levar produtores rurais a encarar a

necessidade de trancar o boi no curral como oportunidade para realizar vários manejos de sanidade, como vacinar contra outras doenças, aplicar vermífugos, carrapaticidas etc.

"O movimento nas revendas chega a aumentar até 50% na primeira etapa da campanha. Afinal, o pecuarista tem trinta dias com a obrigação de comprar na loja e pegar sua nota para notificar. E digo que mais da metade de todos esses fazendeiros acabam levando algo a mais. Produtos para combater vermes, carrapato, algo para o curral, outras vacinas, uma vacina e tudo", relata Ronyis Darcízio Faustino Ferreira, da AgroCampo, em Abel Figueiredo, interior do Pará. "O custo benefício da vacina é muito baixo. É bom que

o criador aproveite que a turma está reunida no curral e realize outros manejos", completa.

Mas o que sempre foi conhecido como um "evento", vem se tornando cada vez mais uma poderosa arma para a tomada de decisões estratégicas dentro da pecuária moderna, eficiente e produtiva. Até porque, segundo o Programa Nacional da Erradicação e Prevenção da Febre Aftosa (PNEFA), que prevê a suspensão gradativa da vacinação até 2023, o País vai ser reconhecido pela Organização Mundial de Saúde Animal (OIE) como país livre de Febre Aftosa. E sem vacinação. E sem "maios" e "novembros" de curral obrigatório. "Poucos pecuaristas

## "A suplementação é uma ferramenta imprescindível quando se almeja o aumento de resultados"

pesam regularmente seus animais. No rebanho de crias, então, calculo que o número não chega a 10%. E levar o boi e a vaca para o curral é uma excelente oportunidade para planejar, decidir estratégias para o ano inteiro.

E digo pesar todos os animais. Não só para as vacinas. Mas para elaborar um plano nutricional futuro, calcular a carga que o sistema está fazendo sobre a pastagem, o planejamento da transição nutricional do rebanho", explica Lauriston Bertelli, Diretor de Pesquisa e Inovação da Premix, 35 anos de experiência no segmento.

Para ele, a rotina do curral é elemento fundamental da cadeia pecuária inteira, e essencial ao projeto de produção de cada empresário rural. "Um rebanho bem nutrido vai ter uma resposta imune muito mais positiva durante toda a sua vida. Assim como o animal mal nutrido deprime em qualquer fase da produção. E a fase de transição qualitativa das pastagens, outono-inverno, é de pensar no ano inteiro. Ver os aditivos direcionados, suplementar um pouco de proteína e energia para alongar o período do rebanho e maximizar o ganho dos animais. Ótima época de gerenciamento e realinhamento do planejamento produtivo da propriedade", reforça.

Para Lauriston, na compra da suplementação, cada um deve aproveitar ao máximo a relação comercial distinta que possui com a revenda com que negocia. Comprar de quem faz bom atendimento e tem praticidade. "Também é vital cuidar

do planejamento de custos, planejar por fases ao longo da atividade.

Planejamento anual, organizar todas as etapas, não depender do mercado spot. Independentemente de comprar direto da fábrica ou na revenda. Assim como as indústrias também travam com seus fornecedores efetivos, a atitude do produtor obrigaria toda a cadeia a negociar melhor, aumentando a rentabilidade em todos os elos", pondera. E acrescenta que esta falta de negociação em longo prazo afeta a venda de minerais das próprias empresas, que acabam enfrentando ciclos de alta e baixa durante o ano. "O pecuarista costuma se descuidar no período das águas, quando as pastagens estão boas. Se a coisa fica feia, ele sai correndo e, aí, gasta muito e alcança pouco. Ele impede que o setor industrial possa oferecer melhores condições e vantagens na comercialização do suplemento", emenda.

"É de suma importância estar

## "Vacinação de Aftosa não é evento. Precisa ser rotina o ano todo"



Pedro Paulo, da Casa Branca

sintonizado com a revenda, no sentido de se ter o produto desejado no momento certo de sua utilização. Para definir se comprará aos poucos ou fará uma compra única dos insumos utilizados, depende de como cada pecuarista consegue ajustar sua logística de armazenamento e como a revenda consegue atendê-lo. No caso de compra fracionada, vale lembrar que algumas regiões apresentam limitações de acesso em alguns períodos do ano. Por exemplo, a Casa Branca trabalha com duas compras ao ano (uma na entrada da seca e outra no início das águas), ajustando cada produto ao seu período de consumo", conta Pedro Paulo Santos Croisfelt, Gerente da Casa Branca em Mato Grosso. É a mesma dica do zootecnista e gerente de produtos ruminantes da Guabi Nutrição e Saúde Animal, José Leonardo. "Normalmente, pecuaristas



Lauriston Bertelli - Produtor e Diretor da Premix



José Leonardo, da Guabi

## “Suplementar os animais nesta época incrementa o consumo de forragem e aumenta a digestibilidade”

que adquirem suplementos minerais nas lojas realizam as compras de forma fracionada, ao longo do ano.

Este procedimento é válido, visto que, durante o ano, dependendo da oferta e do valor nutricional da forragem, diferentes produtos serão indicados. A recomendação, caso o pecuarista estabeleça um plano nutricional para seus animais, é a realização de pelo menos duas compras, para a correta suplementação dos animais nas diferentes estações do ano”, completa.

Ricardo Baldo, CEO da Somma Agropecuária, que atua há vinte anos prestando consultoria a pecuaristas do Brasil inteiro, confirma que vários produtores aproveitam o mês de maio para diversos manejos com o gado.

Vermifugação, combate a moscas e carrapatos, endo e ectoparasitas, controle de raiva e leptospirose, botulismo e manqueira. Um verdadeiro cronograma sanitário aproveitando os manejos de vacinação. “Você acaba tendo uma baixa resposta imunológica do rebanho quando o manejo é intensivo demais nestas datas obrigatórias. São muitas vacinas ao mesmo tempo. Seria mais interessante programar a parte sanitária, pois certamente haveria melhor retorno do capital investido. É preciso ficar claro que, toda vez que você leva o animal ao curral, tem problema de perda de peso pelo estresse do bovino e por um manejo mal realizado. Onde o manejo é bem feito e constante, a tendência é que o bovino se estresse menos. E passa a ser uma atividade familiar para ele”, justifica.

A vacinação, para Baldo, é a preparação do boi para enfrentar a seca, o resto da pastagem das águas, e não ter concorrentes para obter um melhor aproveitamento da dieta de inverno. “Há necessidade de suplementação nesta época e a dieta de inverno é mais cara. O resultado econômico aumenta se essa dieta for bem aproveitada”, completa. Ele reforça que o fim da vacinação obrigatória, no início da próxima década, não vai fazer diferença para o pecuarista profissional, pois ele já faz outros vários manejos, até mais importantes do que da Aftosa, no calendário da fazenda. “Agora, aquele que põe o gado no pasto e só pega de novo para embarcá-lo no caminhão, está numa atividade econômica totalmente inviável”, emenda.

É certo que o calendário sanitário de qualquer fazenda deve ser traçado por um profissional especializado, o médico-veterinário, que irá apontar os períodos-chaves para estes manejos,

sempre levando em consideração particularidades como época do ano, região, raça e categoria de animal, entre outros fatores. No caso da Febre Aftosa, é necessário que se tenha corretamente o número de animais que deverão ser vacinados nessa campanha, seguindo o calendário do estado, para a compra da quantidade correta de doses de vacinas que serão utilizadas. “Pode-se adquirir uma pequena quantidade de doses a mais para ser usada em caso de perdas durante a aplicação.



Fábio Alexandre Marson, Ourofino Saúde Animal

## “Pecuarista aproveita campanha e maneja para raiva, parasitas e clostridioses”

E atenção redobrada com condições e higienização de seringas e agulhas, refrigeração da vacina, e procure reparar se o curral e tronco de contenção não têm pontos que podem causar ferimentos nos animais”, aconselha Fábio Alexandre Marson, Especialista Técnico na área de biológicos da

Ourofino Saúde Animal. Fábio reforça a possibilidade de aplicação de produtos para o controle de parasitas internos e externos, injetáveis e pour on, ou, nos casos de controle de parasitas externos, pulverização. “Ele também pode proteger os animais contra a raiva dos herbívoros, Clostridioses (como carbúnculos, botulismo e tétano), parasitoses internas (verminoses) e infestações por parasitas externos”, reforça.

Este é o caminho seguido por Ricardo Amaral, de Santana do Livramento



Ricardo Amaral, da Reculuta Agropastoril (RS)

## “Programação pré-determinada para o ano inteiro, incluindo nutrição”

(RS), há vinte anos no comando da Reculuta Agropastoril, um trabalho de Genética do gado Hereford, na estância familiar centenária. Atividade premiada nacionalmente como o melhor rebanho genético entre todas as raças, em 2017. O parceiro fiel da Ourofino Saúde Animal, há duas décadas, também aproveita a imunização contra a Febre Aftosa para pesar o rebanho, aplicar antiparasitários, vacinar contra a Leptospirose, combater vermes e carrapatos. “Já levamos os animais para o curral de dois em dois meses. Como em março e janeiro, por exemplo. Somente no inverno eles

vão menos. Mas na Primavera, volta tudo. Temos uma programação pré-determinada para o ano inteiro, incluindo os protocolos de nutrição. Temos soja no verão, em 40% da propriedade. E no inverno, plantamos azevém. Muita disponibilidade de alimento, um fator essencial para o negócio”, conta animado.

“É o momento de tomar cuidado para não perder tudo o que o animal ganhou na época da chuva”, alerta o médico-veterinário e Técnico de Bovinos de Corte da Cargill, Luiz Carrijo. Com



Luiz Carrijo, da Cargill

## “Pesar o animal duas vezes ao ano, no mínimo”

por ano, no mínimo. E não pode deixar de usar um suplemento à base de proteína, que é o fator mais limitante do pasto no inverno, base de qualquer plano de suplementação. E temos flexibilidade, pois não há chuvas neste período. É fornecer com constância e mirar na uniformidade do lote”, detalha.

O gerente da Guabi Nutrição e Saúde Animal, José Leonardo, alerta para o perigo que os pecuaristas correm na tentativa de garantir a oferta de forragem aos animais neste período. “Muitos produtores vedam piquetes precocemente, o que aumenta o intervalo entre os cortes do capim. Isso altera significativamente a estrutura e a composição do capim que será pastejado pelo animal. A maior altura do dossel forrageiro será representada por incremento de haste, que apresenta valor nutricional bem inferior às folhas. Se o dossel forrageiro estiver muito alto, o animal gastará mais tempo para realizar um bocado, o que pode acarretar menor ingestão ao longo do

## OPERAÇÃO AFTOSA 2019

A vacina contra a Febre Aftosa neste ano vai ter ainda mais novidades do que no ano passado. A dose foi reduzida de 5 ml para 2 ml, o que já havia sido usado em algumas partidas em 2018. Mas, agora, estará presente em toda a primeira etapa de vacinação de bovinos e bubalinos, que será realizada a partir de maio na maioria dos estados brasileiros.

E, agora, contém os sorotipos contra os vírus A e O. O vírus C foi retirado, pois é considerado erradicado em todo o planeta. E são duas apresentações, com frascos de 15 e 50 doses. A mudança da dose está prevista no Programa Nacional de Erradicação e Prevenção da Febre Aftosa (PNEFA), que deverá culminar com a retirada total da vacinação no País prevista até 2021. O Brasil já obteve o reconhecimento internacional de área livre da doença com vacinação pela Organização Mundial de Saúde Animal (OIE), em maio do ano passado. E até 2023, quer ser reconhecido como livre de Febre Aftosa sem vacinação.

A redução da dosagem vai propiciar menos reações nos animais (caroços, inchaço). Além disso, com frascos menores, as vacinas ocuparão menos espaço, facilitando o transporte e reduzindo o custo de refrigeração. Apenas no Acre, Espírito Santo e Paraná, a dose será aplicada em animais de até 24 meses de idade.

O estado do Amapá, devidos a suas condições peculiares, realiza a vacinação anualmente somente no segundo semestre. O sexto maior rebanho e o quarto maior exportador de carne desossada do Brasil, Rondônia ganha um novo status e recebe, em maio, sua última dosagem de vacina. São aproximadamente 14 milhões de cabeças de gado. A carne bovina do estado é exportada para mais de 40 países. Há 20 anos, Rondônia não registra nem um caso da doença. E o Paraná está pedindo o mesmo status ainda para este ano.

A Febre Aftosa é uma doença causada por um vírus altamente contagioso e que pode trazer grandes prejuízos econômicos para os produtores. A doença é transmitida pela saliva, aftas, leite, sêmen, urina e fezes dos animais doentes e, também, por água, ar, objetos e ambientes contaminados. O vírus ainda pode permanecer nas roupas e sapatos das pessoas que tiveram qualquer contato com esses animais.

Uma vez doente, o animal pode apresentar febre, aftas na boca, lesões nas tetas e entre as unhas. Outros sinais são inquietação e salivação. A única solução é o abate dos animais doentes.

dia. E a forragem consumida apresentará menores teores de minerais, proteína bruta e energia, porém, maior teor de fibra. Ao suplementar os animais com nutrientes limitantes na forragem nesta época, haverá incremento no consumo de forragem e maior digestibilidade do alimento ingerido.

A adoção desta prática elimina o chamado “boi sanfona”, animal que perde peso no período seco do ano, fato que compromete a eficiência econômica e produtiva de qualquer propriedade. Ao oferecer aos bovinos o suplemento mineral adequado, a deficiência nutricional será corrigida, proporcionando ganho de peso ao animal”, garante o especialista.

“A suplementação é uma ferramenta imprescindível quando se almeja o aumento de resultados, como ganho de peso, produção de bezerros, peso à desmama e eficiência alimentar. Além de reduzir a idade ao abate, o intervalo entre partos, os abortos e a mortalidade até a desmama. A partir de abril, com a diminuição da disponibilidade de volume e qualidade de forragem devido ao menor índice de rebrota e ao amadurecimento da pastagem, a Casa Branca passa a fazer uso de proteinados, ureados e protéico-energéticos, adequando cada produto ao desempenho desejado de cada categoria, sendo cria, recria ou mesmo engorda a pasto”, assegura Pedro Paulo Santos Croisfelt.

Não há necessidade de abastecer os cochos diariamente. No entanto, a cada três dias, é fundamental que os cochos disponham de tais suplementos e sejam monitorados. “Apesar de serem disponibilizados no período seco, os cochos devem ser cobertos, pois chuvas ocasionais podem ocorrer. Além disso, devem apresentar orifícios que permitam o escoamento de água, visto que estes suplementos apresentam ureia em sua

composição”, recomenda José Leonardo.

Lição que o ‘Lauriston produtor’ conhece faz tempo, como pequeno pecuarista. Para ele, ‘casa de ferreiro, espeto de ferro’. E vacinação de Aftosa não é evento. É rotina o ano todo. Pesagem do rebanho, individualmente, todo dia primeiro de cada mês. Planejamento de pastejo, nutrição suplementar, vermifugação, outras vacinas. “Estabeleci metas com a minha família e ela tem um percentual sobre o ganho de peso dos animais. Rotina linear o ano todo. O produtor rural tem que pensar que a saúde dos animais é o ano todo. Levar o rebanho ao curral não é prejuízo, é lucro.

Desde que tenha domínio do manejo racional”, prega. “A necessidade de conter um bovino, imobilizar, nasceu com a domesticação, há dez mil anos. Portanto, sai a Aftosa e fica a contenção, que exige um equipamento adequado. E a contenção deve ser sempre o menos agressiva possível. E no mesmo equipamento, a contenção muda para manejos diferentes”, completa Renato dos Santos, médico-veterinário e Consultor em Manejo Racional da Beckhauser. **AR**



Renato dos Santos, da Beckhauser

“Sai a Aftosa e fica a contenção”

jan/fev 2019

## VACINE E TRATE BEM!

O manejo de vacinação para aftosa é ótima oportunidade de colocar em dia o controle parasitário e ações profiláticas, como reforço das vacinas para clostridioses, botulismo, raiva e avaliar a condição geral dos animais. “Empresas como a nossa oferecem portfólio completo. Produtos fundamentais, que contribuem para incrementar os resultados da atividade pecuária. Febre aftosa, antiparasitários externos e internos, combate a vermes, bernes, carrapatos, piolhos, sugadores, ácaros, bicheiras, mosca-dos-chifres, miíases, larvas, dermatobiose e ferimentos em tecidos causados em ações como descorna, castração, caudectomias, marcações, etc.”, explica Nivaldo Grandó Junior, Head de Saúde Animal de área de Grandes Animais da Boehringer Ingelheim Saúde Animal. Ele reforça, ainda, que Maio é o momento final do controle estratégico dos carrapatos, para que o animal fique com menor infestação no inverno (seca). E que outra doença que pode ser prevenida neste período é a BVD, a diarreia viral bovina, presente em 90% das fazendas brasileiras, provoca mortes e abortos, mortalidade de animais em geral, perda de peso, queda na qualidade da carcaça para animais de corte e queda na qualidade do leite. Prejuízo de até US\$ 210 por ano, segundo pesquisas realizadas na Europa. E a importância da imunização de fêmeas antes do início da gestação, que tem o objetivo de prevenir a infecção transplacentária do feto e, conseqüentemente, o nascimento de animais persistentemente infectados (PI). “O manejo sanitário deve fazer parte de um calendário sanitário que visa a prevenção de doenças. Deve ser elaborado em conjunto entre o proprietário e o técnico que dá assistência na fazenda. A medida evita perdas e desperdícios na compra dos medicamentos e vacinas, além de garantir saúde do rebanho durante os ciclos de produção. O manejo racional dos animais para assegurar o bem-estar animal (BEA) também é fundamental. Assim como ter pistolas aplicadoras limpas/esterilizadas e agulhas adequadas para o tipo de produto (oleoso/aquoso), volume e categoria dos animais. O treinamento prévio da equipe de campo e o alinhamento das funções de cada funcionário também são essenciais para se iniciar o trabalho. As empresas estão preparadas para oferecer treinamentos específicos em BEA, manejo de vacinação, maternidade e outros”, completa Nivaldo Grandó Junior.



Nivaldo Grandó (Boehringer Ingelheim)

## A “guerra do bem” dos fertilizantes!

Soluções alternativas avançam sobre a fatia do mercado de fertilizantes químicos e mantêm projeção de até 35% de comercialização nas vendas



Usar a química da vida para duelar com a química do laboratório e crescer em um negócio que movimentará por ano R\$ 30 bilhões no Brasil, segundo a Associação Brasileira da Indústria Química (Abiquim). Eles não se entendem muito quanto ao nome que devem adotar. Fertilizantes biotecnológicos, organominerais, orgânicos, biológicos ou especiais.

Mas sabem o que querem. Deixar o nicho e entrar de vez na briga por espaços na agricultura de grande escala do País, a terceira maior do planeta. Oportunidade de ouro para um setor formado prioritariamente por formulações importadas. Dos 34,4 milhões de toneladas vendidos ao produtor rural em 2018, 76,5% vieram de fora do País (Associação Nacional para Difusão de Adubos - Anda). O tradicional mercado de fertilizantes está mudando e as gigantes começam a conviver com empresas de pequeno e

médio porte, nacionais e financiadas por fundos internacionais de investimentos. E uma nova estrela começa a brilhar nessa competitiva constelação. É a paranaense Superbac, com sede em Mandaguari, norte do estado, que atende os setores do agronegócio, higiene, saneamento básico, óleo, gás, Tilápia, Camarão, indústrias, caixas de gordura de restaurantes e casas, despoluição de rios, tratamento de chorumes de aterros sanitários e resíduos de plataformas de petróleo.

Que usa a biotecnologia para entender o que se passa na natureza. Manipula a ação de microorganismos como catalisadores de processos de limpeza, higienização e defesa. Na área rural, para facilitar ao máximo o desenvolvimento das plantas. Uma história que começou em 1995, com o administrador de empresas Luiz Chacon Filho. Ele e sua equipe fizeram uma seleção de bactérias que



Um solo mais produtivo e sustentável, utilizando a inteligência da natureza.

comem gorduras de poluentes. Com investimentos próprios e de americanos e colombianos, começaram a atuar no ramo de papel e celulose. A história com o Agro começou em 2013, ao usar as soluções para proteger sementes, criando defensivos e fertilizantes. Em cinco anos, investimentos de 100 milhões de reais garantiram o lançamento de diversas tecnologias em fertilizantes biotecnológicos, aumentaram a capacidade de produção para 600 mil toneladas no Paraná e alcançaram R\$ 300 milhões em receita. A meta, para o fim de 2019, é chegar a R\$ 740 milhões.

O fertilizante da empresa é produzido a partir de dejetos da avicultura. São 150 mil toneladas de cama de frango. Somente no norte paranaense, compram 20% da produção, que originaram mais de trezentas mil toneladas de fertilizantes em 2018. Compostos orgânicos e minerais agregados que aceleram a decomposição da matéria orgânica no sentido de maior proteção dos nutrientes para as plantas, além da fixação do nitrogênio no solo e solubilização do fósforo e potássio.

“O objetivo central é criar um mundo mais produtivo e sustentável, utilizando a inteligência da natureza. É o Conceito BAC Inside. Um catálogo de microorganismos não oportunistas que oferecem soluções biotecnológicas para a agricultura. Atuamos, assim, em dois milhões de hectares no Brasil hoje, em soja, milho, algodão e outras culturas, mantendo uma equipe de mais de cem pessoas, atendendo o País inteiro”, informaram o vice-presidente Fabrício Drumond, André Ortega, do Desenvolvimento de Mercado, e Giuliano Pauli, Diretor de Inovação da empresa, que receberam a Revista AgroRevenda no Paraná, no fim de 2018.



Fabrício Drumond, Vice-Presidente Superbac

Resultado atestado pelo produtor paranaense Odair Trevisan, da Fazenda Santa Luzia. Ele mantém uma área com 230 alqueires de soja e consegue produtividade média de 135 a 150 sacas por hectare. Usa a tecnologia Superbac e garante que, em sete anos, a produção aumentou 8%. O agricultor tem 30 anos de roça e vem de uma família de lavradores de café do oeste de São Paulo, são cinco irmãos. “Começamos com o Supergan no plantio da soja no verão e trigo e milho no inverno. De cara, vimos que diminuía a acidez do solo. Ao longo do tempo, atestamos os resultados, valeu à pena fazer o investimento”, justificou.

Para André Ortega, o exemplo do Odair foi transformar o habitat em um ambiente mais saudável para as culturas. “Substituir os antibióticos que previnem o ataque de patógenos às plantas, ter alta produção de enzimas antifúngicas, um maior enraizamento, fito-hormônios de crescimento e maior expansão foliar. Obter até 12 sacas a mais de soja”, cravou.

O agronegócio é hoje o carro-chefe da companhia, respondendo por 80% do faturamento da empresa, que comercializa produtos em quatro países (Brasil, Israel, Colômbia e Paraguai), possui trezentas fórmulas registradas para soja, algodão, café, trigo, milho e hortifrúti. E vem mais por aí, sob a onda de dinheiro do Fundo de Investimentos Temasek. Em Cotia (SP), fica a sede administrativa, alguns laboratórios e a formulação de biológicos. A companhia mantém setenta experimentos em pleno vapor, em sete mil hectares, com parceiros em vários lugares do País, como Usina São Martinho, Instituto Agrônomo de Campinas (IAC) etc. E investimentos fortes na planta de Mandaguari, onde estão os laboratórios de

Bioquímica, Bioinovação, Biogenoma, Biossuporte, Esterilização e Descontaminação. Uma nova unidade de fabricação de bactérias está quase pronta, com seis tanques capazes de produzir três toneladas por mês. “Queremos chegar a 400 pessoas no time paranaense. Quinhentos mil metros quadrados em um Centro de Tecnologia. Com Fazenda Experimental e várias culturas”, informou Fabrício Drumond. Sem falar na expansão de vendas e unidades misturadoras nas regiões de Marechal Rondon (PR), Rondonópolis (RO) e Uberaba (MG). As vendas ocorrem hoje fatiadas em cooperativas (35% do total), agrorrevendas (35%) e venda direta (20%), e devem se manter nesta mesma proporção em médio e longo prazo.

“Há espaço para todas as soluções. Nenhuma delas é única, depende dos pilares de utilização, depende da região. O importante é o produtor usar o melhor dos produtos ofertados pelo mercado. No nosso caso, investimos em exponencializar a ação dos microorganismos. Misturar o solo, os microorganismos, os minerais. Estarmos ao lado do processo de integração da lavoura com a pecuária e a floresta no Agro brasileiro. Tanto que os revendedores vêm procurando a gente para conhecer os nossos fertilizantes e explicar aos produtores como eles funcionam. Este é um setor espetacular. E a nossa opção é apostar em uma nova lei: oferecer mais nutrientes para a planta deles. Acreditamos que é uma agenda que vai chegar para os grandes players de fertilizantes do mundo. Garantia de N, K e P, além de proteção e fortalecimento de características, como ataque de nematoides etc.”, finalizou André Ortega.



# O sucesso da distribuição no Cerrado do Brasil

Associação dos Distribuidores do Cerrado completa duas décadas de atuação, renova diretoria e reafirma trabalho profissional com as revendas do Alto Paranaíba e Noroeste Mineiro



Equipe Adicer

São vinte anos de uma boa história para contar. À beira da entrada de um novo século, um grupo de empresas distribuidoras de insumos agrícolas instaladas em municípios das regiões do Alto Paranaíba e Noroeste Mineiro resolveu enfrentar as dificuldades enfrentadas pelo Agronegócio do Brasil naquele momento. E não eram poucas. Desvalorização do real, altos déficits comerciais, juros altos e enfraquecimento da indústria nacional.

Fundou em 1999 a Associação dos Distribuidores de Insumos Agrícolas do Cerrado (ADICER) que até hoje se mantém firme nos propósitos iniciais de participação e comprometimento dos associados de sempre buscar a excelência e o fortalecimento do

agronegócio como um todo. Criando e oferecendo ferramentas que contribuam com a profissionalização do setor da distribuição, sempre pautado pela ética e responsabilidade socioambiental.

Hoje, a ADICER representa mais de 60 associados distribuidores que, somadas às suas filiais, corresponde a um universo de mais de 100 estabelecimentos, localizados nas regiões do Alto Paranaíba, Noroeste e Triângulo Mineiro, buscando o desenvolvimento do setor, desenvolvendo ações e estabelecendo diálogos constantes com o Governo do Estado, através da participação no CEPA na Câmara Técnica de Defesa Agropecuária, além um estreito relacionamento com importantes órgão fiscalizadores e de

representação, como Instituto do Meio Ambiente (IMA), Conselho Regional de Engenharia e Arquitetura (CREA), Instituto Brasileiro do Meio Ambiente (IBAMA) e Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários (ANDAV), entre outros.



Heder Augusto - Presidente ADICER 2019 - 2020.



Rafael Carlos Jardine - Ex-Presidente da ADICER

E a entidade vive o exato momento de passagem de bastão entre duas diretorias. Rafael Carlos Jardine, um dos fundadores da Adicer, entregou a presidência a Heder Augusto, que vai comandar as atividades no biênio 2019 – 2020. A Revista AgroRevenda vem destacando nas últimas edições o trabalho desenvolvido pelas principais entidades regionais do varejo de insumos agropecuários do Brasil. Acompanhe as palavras do presidente que acaba de deixar o comando da associação e do Diretor Executivo que está à frente dos trabalhos até o fim de 2020.

## A FALA DO PRESIDENTE

"Após um período de ajustes políticos e econômicos, encerramos 2018 muito esperançosos com a recuperação do País. Apesar do cenário instável, a agricultura se desenvolveu e respondeu positivamente. É preciso comemorar! A agricultura ocupa menos de 8% de toda a extensão territorial brasileira, enquanto 25%, mais do que o triplo, são de áreas preservadas. Somos campeões em exportação e, ao mesmo tempo, em preservação do meio ambiente. Quanto mais alimentos tiramos da terra, menos terra tiramos da natureza. Finalizando a gestão 2017 – 2018, acredito que alcançamos nossas propostas. Conseguimos visitar todas as unidades da ADICER, participar de várias

reuniões regionais, sempre levando a importância da associação para o nosso setor. Demos continuidade aos trabalhos iniciados na gestão anterior, presidida por César de Oliveira e, assim, pudemos concluir importantes obras de reformas dos postos de recebimento de embalagens. Algumas obras ficaram por serem concluídas, mas, com certeza, a próxima gestão, 2019 – 2020, que tem como presidente Heder Augusto, vai concluí-las. Agradeço à toda a equipe ADICER, que sempre demonstrou dedicação e empenho para desenvolver os trabalhos. E aos diretores, que sempre estiveram disponíveis. Desejo sucesso ao Heder para que possamos engrandecer ainda mais a ADICER".

Rafael Carlos Jardine - Presidente Adicer

## 20 ANOS DE TRABALHO | 1999 – 2019

"A ADICER é um legado de continuidade e interação com o futuro. Nestes 20 anos, consolidamos a representatividade de um segmento regional, chegamos à excelência da logística reversa de embalagens vazias de defensivos agrícolas. Foram dez anos implementando um acordo de responsabilidade ambiental. 47% das embalagens da nossa região passam pelo sistema ADICER, que tem unidades adequadas à exigências ambientais e funcionais. Em 2012, iniciamos o planejamento para a retomada da nossa identidade representativa e, agora, quando entramos nos 20 anos, nossas metas e propostas já se consolidaram em mais de 90%. Efetivamos ações essenciais para o nosso negócio. Temos representação na SEAPA/CEPA; conquistamos espaço nas câmaras do Conselho Estadual de Política Agrícola; fomos ouvidos na ALMG; participamos efetivamente dos programas da Secretaria Estadual de Agricultura Pecuária e Abastecimento; estreitamos relacionamento com CREA,



Daniel Martins de Oliveira - Diretor Executivo Adicer

COPAM, EMBRAPA, FAEMG e IMA dentro do contexto estadual; edificamos marcas como o CAMPO LEGAL, com prospecção e reconhecimento nacional; fomos e somos parte do Programa Nacional de Boas Práticas na Governança de Crédito, boas práticas estas que nos evidenciam no agronegócio regional; interagimos com o meio acadêmico para a formação de profissionais com consciência e responsabilidade na operação das ciências agrônômicas; somos, sim, um legado de luta e representatividade para a sustentabilidade de um segmento. ADICER é associativismo com diálogo, responsabilidade e seriedade".



- Fundada em 1999 | Alto Paranaíba, Noroeste e Triângulo Mineiro
- Em 2002, criação e estruturação dos Postos de Recebimento de Embalagens vazias de agrotóxicos.
- 60 associados distribuidores
- Universo de 100 estabelecimentos
- Relacionamento com órgãos fiscalizadores e de representação: IMA, CREA, IBAMA, Sindiveg, inPEV e ANDAV, entre outros

## PEIXE BR entrega prioridades ao Secretário de Aquicultura e Pesca



Secretário da Aquicultura e Pesca, Jorge Seif Jr., e a Diretoria da PEIXE BR

A diretoria da Associação Brasileira da Piscicultura (PEIXE BR) entregou neste início de ano, ao novo secretário de Pesca e Aquicultura do Governo Federal, Jorge Seif Jr., uma lista com as prioridades do setor para os primeiros meses de gestão da Secretaria, agora vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. São elas:


**ÁGUAS DA UNIÃO** - Definir cronograma para 2019 com execução de licitação dos 2.812 processos de áreas aquícolas pendentes; Implantar novo formato de cessão de águas da União a partir da edição de decreto que torne direto o processo de solicitação; Suspensão imediata via portaria do RGP Aquicultor e apresentação de proposta de alteração de lei para extinção do RGP modalidade aquícultor e indústria de pescado oriundo da Aquicultura; Levantamento do status atual de todos os temas que compõem o Projeto BRS-AQUA e, juntamente, com a PEIXE BR, sugerir as correções necessárias; Elaborar acordo com o ONS (Operador Nacional do Sistema), que regula os níveis das hidrelétricas, para manutenção de cotas máximas e mínimas dos reservatórios

Apoio direto junto a outras secretarias do MAPA - Registro de novos produtos de pescado para consumo; Construção, ampliação e reformas de plantas de processamento de pescado; Agilidade na liberação de novos produtos químicos e biológicos para uso na Aquicultura; Desburocratização dos procedimentos de exportação; Promoção do peixe de cultivo nas peças promocionais da SAP e MAPA; Criação da câmara setorial da Piscicultura; Atendimento ao pequeno piscicultor pela Secretaria de Agricultura Familiar e Cooperativismo

**CONAPE** - Criar com igual número de representantes da Pesca e Aquicultura; Apoio junto a outros Ministérios para redução de impostos de importação de equipamentos destinados à produção e ao processamento de peixes.

O presidente executivo da PEIXE BR, Francisco Medeiros, reiterou a grande expectativa da Piscicultura em relação à política do novo governo para a atividade. "Muitas outras demandas são necessárias para o crescimento e a consolidação da Piscicultura no Brasil, mas se não definirmos prioridades neste primeiro momento,

mesmo com sua boa vontade, pouco vamos adiante", disse Medeiros, reforçando que a PEIXE BR espera criar um canal de comunicação direta com a SAP. "Esperamos que quaisquer novas portarias, instruções, normativas, decretos ou leis sejam antes discutidos com o setor produtivo. O cumprimento dessas ações demonstrará o compromisso do governo na execução de suas tarefas de maneira célere e em conformidade com os interesses do setor produtivo", reforçou.

Ramon Amaral, diretor do Grupo Âmbar Amaral, saiu da reunião com Jorge Seif Jr. bastante otimista. "A impressão é das mais positivas, devido ao perfil empreendedor e empresarial do secretário. Está claro que ele quer o bem do setor e se posiciona em favor da desburocratização e com foco no aumento do consumo de peixes de cultivo", disse Amaral. Também participaram da reunião Nicolas Landolt, da Tilbrás; Rinaldo Pereira, da Mar & Terra; Roberto Haag, do Geneseas; Valdemir Paulino, da Copacol, Victor Leite e Kleber Bernardes, ambos da Zaltana. 



## PERSPECTIVAS POLÍTICAS E ECONÔMICAS NO AGRONEGÓCIO

WILLIAM WAACK

02 E 03 DE ABRIL DE 2019  
CENTER CONVENTION  
UBERLÂNDIA - MG

PATROCINADORES:



APOIO:



REALIZAÇÃO:



APOIO DE MÍDIA:



WWW.GPOCONNECTA.COM.BR

# Outpet abre as portas em Campo Grande

Lançamento inédito do Grupo Alvorada Produtos Agropecuários já atende consumidores de Campo Grande (MS) e firma conceito de profissionalização do setor

Como a Revista AgroRevenda já havia anunciado na edição anterior, depois de uma informação obtida com exclusividade pelo programa Fala Carlão, os pets e os donos de animais de companhia de Campo Grande já estão sendo atendidos no Outpet, um novo espaço que promete conquistar os amantes dos bichinhos. São mais de dois mil metros quadrados, com produtos de alimentação, acessórios, remédios, serviço de banho e tosa, cafeteria para espera e uma vista privilegiada do Parque das Nações Indígenas. Sem falar de um confortável hotel para pets, que vem atender a uma enorme procura por este tipo de serviço na cidade. “Mas o grande diferencial do Outpet não está na estrutura e nos serviços. Nossa aposta é em um atendimento totalmente diferenciado, atencioso. E começamos ainda no momento de recrutarmos os colaboradores. Buscamos encontrar pessoas que realmente amem os animais de estimação”, confidencia o Diretor Proprietário do negócio, Feres Soubhia Filho.

O Outpet faz parte do Grupo Alvorada Produtos Agropecuários, rede tradicional de 24 lojas que comercializa produtos agropecuários nos principais estados produtores do Brasil. Negócio iniciado em 1986, em Dourados (MS), e que se estendeu aos principais polos agropecuários do País, fornecendo insumos para fazendas de criação de gado e produção agrícola em diferentes regiões do Brasil. Em 2007, o grupo entrou no mercado de suplementação



Espaços de convivência e serviços para os consumidores

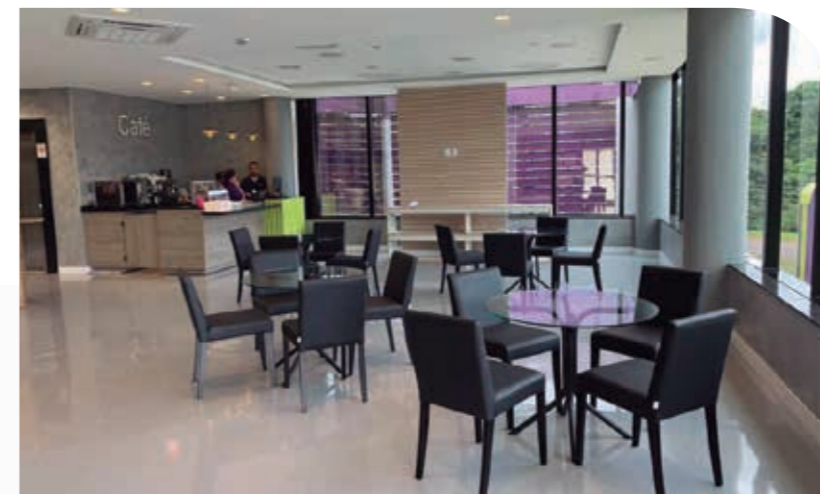
Out Pet da Alvorada Agropecuária

animal, com o AlvoradaPhos. Presente em sete estados, a rede Alvorada hoje inclui lojas próprias, representações, pontos de venda, vitrines e unidades fabris de produtos para nutrição animal.

A localização estratégica em regiões fundamentais para o desenvolvimento da economia brasileira permite uma logística

ágil e o acesso local ao atendimento credenciado, ideal para produtores com múltiplas propriedades rurais.

O lançamento do novo empreendimento do grupo contou com uma forte campanha de marketing em diversos veículos digitais, ações em mídias sociais e atividades que envolveram os pet lovers. Encontro de cães na capital



de Mato Grosso do Sul, campanhas comerciais incluindo a televisão, peças com o slogan “Eles falam, a gente entende”, e ativação de integração social no site, twitter e instagram.

Ligação direta com o cliente. Tanto que a loja atende de segunda a sábado, das 8h às 20h, e aos domingos, das 8h às

14h. “Eu e minha filha Sophia fomos conhecer o novo espaço e amamos. Tivemos um atendimento excelente e o café que tomei enquanto esperava estava delicioso”, afirmou Sandra Hobi pelas redes sociais do Outpet.

O mercado de pets no Brasil é o terceiro do mundo em faturamento e conseguiu

passar ileso até pelos dois anos consecutivos de recessão na economia brasileira, em 2015 e 2016. A estimativa é que aproximadamente R\$ 30 bilhões circulem por ano nesse segmento, 5,14% da fatia mundial, e o crescimento é contínuo. O País já conta com mais de 130 milhões de pets, sendo 53 milhões de cães, 38 milhões de aves, 22 milhões de gatos, 18 milhões de peixes ornamentais e 2,7 milhões de pequenos répteis e mamíferos. É a quarta maior população de animais de estimação no mundo. A alimentação representa mais da metade das receitas, mas o setor de serviços vem ganhando importância a cada ano que passa, sacramentando um movimento de profissionalização e atividades diferenciadas. São cerca de 30 mil lojas espalhadas pelo Brasil, uma área ainda dominada por pequenas lojas, atendimento amador e vendas em mercadinhos e nos supermercados.

Mas a expansão de redes e grandes projetos como o Outpet, ganham cada vez mais força.



## PET BRASIL

- R\$ 30 bilhões de faturamento ao ano | 5,14% da fatia mundial
- Crescimento de até 8% ao ano
- São 130 milhões de pets
- 53 milhões de cães | 38 milhões de aves | 22 milhões de gatos | 18 milhões de peixes ornamentais e 2,7 milhões de pequenos répteis e mamíferos.

## 2019: o ano da aceleração?

Se as reformas forem aprovadas e uma crise internacional não se materializar, o crescimento do PIB em 2019 pode superar a expectativa média dos economistas



em todos os últimos 8 trimestres. Cresceu, mas cresceu pouco. É aí que vem a boa notícia. Se as Reformas da Previdência e Tributária forem aprovadas, como se espera, e o cenário externo não piorar significativamente, o crescimento da economia brasileira tem tudo para se acelerar em 2019. O fim da incerteza eleitoral e a expectativa de que o novo governo adotará uma agenda mais liberal, diminuindo o peso do Estado, vem gerando otimismo na classe empresarial, que tem anunciado vários investimentos significativos nos próximos anos. Em novembro, o Índice de Confiança do Empresário Industrial (ICEI) da Confederação Nacional da Indústria (CNI) foi o mais alto desde 2010, ano em que o PIB cresceu 7,5%.

A inflação está estabilizada próxima à meta, o que indica que salvo uma grave crise externa que cause uma forte alta do dólar, elevando significativamente o preço de produtos importados e a própria inflação por aqui, a taxa Selic, que é a menor da história, deve permanecer onde está por algum tempo. Com a expectativa de juros básicos baixos e estáveis, e confiança em elevação, é provável que os bancos aumentem a oferta de crédito, impulsionando consumo e investimentos e beneficiando particularmente os setores de bens duráveis, como imóveis e veículos, que aliás já tiveram crescimento de vendas de dois dígitos em 2018.

Além do crédito, o consumo também deve ser impulsionado pelo crescimento do número de pessoas empregadas, particularmente dos trabalhadores com carteira assinada. De janeiro a outubro do ano passado, o número de pessoas empregadas com carteira aumentou

em 790 mil pessoas. Com o aumento da confiança do empresariado, é provável que a geração de empregos se acelere e com ela a massa de renda e a capacidade de consumo da população. Por outro lado, a taxa de desemprego ainda está muito alta, o que deve limitar as altas de salário e inflação. Com tudo isso, se as reformas forem de fato aprovadas, e uma crise internacional não se materializar – o risco que mais me preocupa neste momento – é provável que o crescimento do PIB em 2019 supere não apenas o deste ano, mas também a expectativa média dos economistas, que atualmente está em 2,5%.

AR

Ricardo Amorim

Os últimos anos não foram fáceis no Brasil. Ao longo do governo Dilma, erros e mais erros de política econômica somaram-se a escândalos de corrupção, culminando com o impeachment da Presidenta e a maior crise econômica

da história brasileira. No governo Temer, muitos dos erros de política econômica e os consequentes desequilíbrios inflacionário e de contas externas foram corrigidos e a importante Reforma Trabalhista foi aprovada, mas novos escândalos

de corrupção impediram a aprovação da Reforma da Previdência.

Por consequência, o desequilíbrio das contas públicas continuou. Apesar disso, e de muitos choques políticos e econômicos que atrapalharam a

economia – delações de Marcelo Odebrecht e Joesley Batista, R\$ 51 milhões encontrados no bunker do Geddel, greve dos caminhoneiros, incerteza causada pelas eleições, alta de juros nos EUA e guerra comercial americana – o PIB brasileiro cresceu



**Ricardo Amorim**

- Graduado em Economia | Universidade de São Paulo (USP)
- Especialização em Administração e Finanças Internacionais | École Supérieure des Sciences Économiques et Commerciales (ESSEC – Paris)
- Atua no mercado financeiro desde 1992 como economista e estrategista de investimentos

## Após ano de incertezas e instabilidade, revendedores estão otimistas para 2019

Por Marianne Tufani  
Analista da Equipe de Insumos  
Pecuaristas do Cepea/Esalq-USP



O ano de 2018 foi marcado por incertezas e instabilidade para agentes das vendas agropecuárias consultadas pelo Cepea. Ao mesmo tempo em que os preços dos insumos subiram, sobretudo no período da greve dos caminhoneiros, a demanda esteve enfraquecida na maior parte do ano. No entanto, a determinação das eleições em outubro, o período de campanha de vacinação contra febre aftosa em novembro – quando pecuaristas realizam grandes compras – e o início das chuvas elevaram o volume de vendas no encerramento do ano, cenário que trouxe otimismo para 2019.


**1º SEMESTRE** – O ano iniciou com vendas enfraquecidas, como já era esperado pela maioria das casas agropecuárias acompanhadas pelo Cepea. Comumente, depois do período de campanha contra febre aftosa em novembro/17, o movimento de mercado e o volume de negócios estiveram enfraquecidos nos meses seguintes. Porém, em maio, as vendas voltaram a crescer, influenciadas pela primeira – e principal – campanha obrigatória contra febre aftosa para o rebanho do País todo. Contudo, agentes foram

surpreendidos nesse período pelo aumento da tabela dos preços de medicamentos em cerca de 10% a 20%. Como as vendas já estavam enfraquecidas no primeiro trimestre, vendedores não conseguiram repassar todo o reajuste do medicamento ao produtor imediatamente, diluindo os aumentos ao longo dos meses.

Outro fator que dificultou as negociações nas vendas ainda no primeiro semestre foi a greve dos caminhoneiros no final de maio. Com a falta de insumos, a consequente valorização de alguns produtos – os preços dos medicamentos subiram cerca de 2% de maio para junho em termos reais, deflacionados pelo IGP-DI de outubro/18 – e os aumentos do frete e do dólar, o movimento nas vendas ficou reduzido.

**2º SEMESTRE** – Com o mercado no aguardo da definição eleitoral, o ritmo de negócios esteve bem lento entre julho e outubro. Nesse período, colaboradores do Cepea relataram dificuldades em negociar altos volumes, já que muitos pecuaristas estavam receosos em realizar grandes investimentos, diante das incertezas política e econômica do País.

Assim, muitos deixaram para adquirir insumos – especialmente medicamentos – em novembro, visando até mesmo a aproveitar o manejo da aplicação obrigatória da segunda campanha da vacina contra aftosa. Além disso, mais para o final do semestre, agentes demandaram adubos e fertilizantes, devido ao aumento sazonal do volume de chuvas nos últimos meses do ano, que favorece a reforma de pastagens.

2019 – Colaboradores consultados pelo Cepea estão otimistas quanto ao cenário para 2019. Pesquisadores do Cepea também observam melhora econômica do País e aumento no poder de compra do pecuarista, o que, por sua vez, está atrelado à redução dos custos, ao aumento no preço da arroba e ao impulso da demanda interna e externa por carnes – vale lembrar que as exportações brasileiras de carne bovina atingiram volumes recordes no segundo semestre de 2018. 



**FAÇA PARTE DA NOSSA COMUNIDADE!**  
A Comunidade Cepea é aberta a quem negocia produtos e insumos agropecuários. Se você vende, compra ou faz a intermediação de negócios, pode ser tornar um "Colaborador do Cepea". Essa relação não envolve nenhum custo financeiro. Baseia-se exclusivamente na troca de informações. O Colaborador passa à equipe Cepea informações sobre negócios específicos e recebe, em troca, preços médios regionais e análises do mercado sobre o qual colabora. O contato da equipe Cepea ocorre em dias e horários acordados previamente com o Colaborador.

Entre em contato!  
**E-mail:** [insumospec@cepea.org.br](mailto:insumospec@cepea.org.br) ou [cepea@usp.br](mailto:cepea@usp.br)  
**Telefone:** (19) 3429 8848  
**Site:** [www.cepea.esalq.usp.br](http://www.cepea.esalq.usp.br)  
Também estamos nas redes Sociais:  
**Facebook:** [@cepea.esalq](https://www.facebook.com/cepea.esalq)  
**Instagram:** [@cepea\\_esalq\\_usp](https://www.instagram.com/cepea_esalq_usp)  
**Twitter:** [@CepeaEsalq](https://twitter.com/CepeaEsalq)

## Corteva Agriscience e Embrapa discutem Boas Práticas Agrícolas

Encontro realizado em Brasília capacitou técnicos de várias entidades e teve participação de pesquisadores da Embrapa



Turma ligada nas explicações do professor Mauro Rizzardi sobre ervas daninhas.

A Corteva Agriscience, Divisão Agrícola da DowDuPont, e a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) uniram forças para promover as Boas Práticas Agrícolas (BPA), um tema que visa à sustentabilidade do agronegócio, à preservação do meio ambiente e ao aumento da produtividade do setor. A união foi sacramentada com a passagem do projeto itinerante “Expedição da Agricultura para a Vida”, da Corteva, na sede da entidade federal de pesquisas, na Capital do País. Foi uma oportunidade de unir esforços e compartilhar as melhores práticas para uma agricultura responsável, produtiva e segura. “A Corteva e a Embrapa têm

programas de boas práticas similares e que se complementam. Discutir esse tema em conjunto é uma chance de aprimorar ainda mais as ações que podemos oferecer para toda a cadeia produtiva. Todos ganham: agricultor, indústria e consumidor final”, explicou Jair Maggioni, Coordenador do programa de Boas Práticas Agrícolas da Corteva Agriscience. Os participantes também acompanharam uma explicação sobre os programas desenvolvidos na Embrapa na área de manejo integrado de pragas, nos estados do Paraná, de Mato Grosso e Goiás. “O objetivo das ações é diminuir custos, mantendo a qualidade de produção”, reforçou o pesquisador da Embrapa, Edson Hirose.

O caminhão itinerante do Programa Expedição tem 7 metros de comprimento e 3,5 de largura, com baú adaptado e dividido em ambientes visualmente atrativos. Os treinamentos são aplicados por acadêmicos e pesquisadores e têm como objetivo discutir os quatro pilares das iniciativas de BPA: Manejo de Plantas Daninhas, Manejo Integrado de Pragas, Tecnologia da Aplicação e Segurança do Trabalhador. Cada tema abordado conta com apresentações teóricas e práticas interativas, que são realizadas nesses ambientes e por meio de jogos nos quais os participantes testam seu conhecimento de forma lúdica. Os exercícios são aplicados com dinamismo e interatividade para grupos

de até quinze pessoas por vez, com duração aproximada de quatro horas.

O projeto teve largada em 2016. São dois dias em cada município, com até quatro treinamentos ministrados a consultores, agrônomos e técnicos responsáveis pelo cultivo, totalizando setenta turmas até o fim de 2018. O projeto educativo itinerante já passou pelos estados do Rio Grande do Sul, Paraná, de São Paulo, Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. E ainda avançou pelo continente sul-americano, visitando três cidades do Paraguai.

Além do caminhão itinerante, a Corteva mantém o Programa de Aplicação Responsável (PAR), que tem o objetivo de treinar agricultores e ressaltar a importância das Boas Práticas Agrícolas na aplicação de defensivos. No programa, realizado em parceria com a Universidade Estadual Paulista (UNESP) de Botucatu, os agricultores participam de um dia de campo em que são abordados conceitos de aplicação responsável de forma teórica e por meio de simulações práticas. Também fazem parte do programa de Boas Práticas os projetos sociais Corteva Escola, Corteva Mulheres no Campo e Corteva Natureza.

Para reforçar e ampliar ainda mais todo o trabalho desenvolvido, a empresa dispõe de uma biblioteca digital voltada para o tema. A ideia é levar ao público conhecimento e informações de qualidade sobre os principais pilares que permeiam todo o processo do cultivo. Conteúdos específicos sobre Manejo de Plantas Daninhas, Manejo Integrado de Pragas, Tecnologia de Aplicação e Segurança do Trabalhador estão disponibilizados em ferramentas, como webinars, e-books, artigos e vídeos, entre outros, possibilitando a conectividade e interação de maneira rápida e acessível.



Programa Expedição - 70 turmas treinadas em seis estados brasileiros e no Paraguai.



Edson Hirose (Embrapa) - Objetivo é diminuir custos mantendo a qualidade de produção.



Alisson Augusto Barbieri Mota (Agroefetiva) - Informação, educação e treinamento são vitais.

## ACIAGRI aposta na profissionalização dos canais de distribuição

O objetivo é driblar o assédio do mercado e capacitar os revendedores para o futuro



Alessandra Lima Decicino, da MPrado Consultoria, com integrantes da ACIAGRI.

Desde 2012, os canais de distribuição de insumos agrícolas brasileiros convivem com margens cada vez mais apertadas após a entrada de tradings, fundos de investimento e outros fundos internacionais no setor que, por sua vez, tornaram-se parte de uma revolução na distribuição de insumos no Brasil. Na última década, as margens no setor de distribuição despencaram de 6% para 3%. Na prática, houve um aumento no rigor para a concessão de crédito e a busca pela excelência na gestão do fluxo de caixa.

A concentração na distribuição de insumos tem sido um dos grandes gargalos para as vendas agrícolas nacionais e os avanços acontecem em todas as áreas: consolidação do processo de gestão profissional e governança do negócio; harmonização da estratégia do distribuidor com a estratégia da indústria; introdução de altos processos de automação e tecnologia de informação dentro da empresa; criação de soluções integradas e personalizadas para gerar valor para a empresa; aumento do nível de sinergia entre os departamentos e verticalização dos negócios.

Para driblar, especialmente, o assédio e a

entrada de forma concentrada de novos fundos de investimentos e multinacionais no mercado de distribuição, a Associação do Comércio de Insumos Agrícolas (ACIAGRI) tem reunido o segmento e discutido um plano de ação concreto voltado ao reposicionamento dos canais de distribuição no mercado. "O setor de distribuição brasileiro passa por um momento muito crítico e é preciso reinventar-se do próprio modo tradicional de fazer negócio", afirmou Adilson Gonçalves de Campos, presidente da associação, em menção à regulamentação do comércio eletrônico de defensivos agrícolas, prática que já vem sendo defendida pelas multinacionais junto aos órgãos de governo. "A empresa que não se reposicionar ficará fora do mercado" alertou.

A primeira de uma série de ações que a entidade pretende consolidar neste ano são os encontros com os sócios proprietários de vendas de sua base de atuação, com uma pauta voltada à implementação de conceitos e princípios de governança corporativa, ao plano de sucessão familiar e às ferramentas de gestão em planejamento estratégico e orçamentário. O encontro com a consultora comercial da MPrado

Governança Corporativa, Alessandra Lima Decicino, engenheira-agrônoma pela Universidade Federal de Goiás e especialista em Gestão do Agronegócio com ênfase em Gestão de Riscos pela Universidade Federal de Lavras, foi o ponto inicial dos debates, em janeiro, em Luís Eduardo Magalhães (BA).

Segundo ela, a implementação de um planejamento sucessório abrange não apenas a reestruturação societária e da gestão, mas passa igualmente pelo planejamento da sucessão patrimonial pessoal dos empresários. "Esse trabalho deve ser implementado em médio e longo prazo, quando o empresário ainda está em sua plena capacidade colaborativa e tem clareza sobre os pilares e conceitos da empresa a serem preservados e transmitidos a seus sucessores", analisou Alessandra Lima Decicino. Atualmente, o quadro das empresas associadas à Aciagri é composto pela grande maioria de empresas familiares de pequena e média escala, com sócios-proprietários na faixa etária de 40 a 60 anos.

Outra ação que também tem conduzido os profissionais para uma cultura organizacional de alta performance, estimulando-os a novos aprendizados e proporcionando a abertura para novas ideias no alcance dos resultados corporativos, é o Programa Capacitar. Criado no ano passado, é uma iniciativa da ACIAGRI em parceria com a MPrado Consultoria Empresarial. Na primeira edição, foram oferecidos cinco treinamentos atendendo a importantes áreas do conhecimento para o setor, qualificando mais de 140 profissionais. Novos treinamentos serão oferecidos ao longo de 2019. **AR**



#Aguarde!

# Eu não venderia soja e milho!

Ano começa com calor e perdas no campo, mas agro bateu recorde em exportações e a economia brasileira e mundial mantêm previsão de boas taxas de crescimento



Marcos Fava Neves

Que esperar do nosso agro no início do ano? Na análise da economia, segundo o Fundo Monetário Internacional (FMI), o crescimento mundial em 2019 e 2020 será de 3,5% e 3,6%, respectivamente, quedas de 0,2% e 0,1% ante sua última previsão. O crescimento da Europa caiu 0,3% (para 1,8%), Os Estados Unidos se mantêm em 2,5% (mas cai para 1,8% em 2020), China manteve 6,2% e emergentes caem de 4,7% para 4,5%.

O Banco Mundial é mais pessimista, estimando o crescimento mundial em 3% para 2018, 2,9% para 2019 e

2,8% para 2020, com crescimentos ligeiramente menores para todos os países e regiões listadas acima.

Preocupam o mundo as tensões comerciais e a desaceleração da taxa de crescimento da China. A meta do governo chinês é de um crescimento entre 6% e 6,5% para 2019 e já está tomando providências para reaquecer sua economia. Em relação às tensões com os EUA, o superávit comercial dos chineses nesta relação foi de US\$ 323 bilhões em 2018, realmente gigante. E uma das maneiras de compensar isso seria aumentando o consumo interno e a compra de produtos do agronegócio

americano, principalmente grãos, proteína vegetal e etanol, o que afetaria negativamente o agronegócio do Brasil.

No caso do Brasil, o cenário é de estabilidade nos números, com todos preocupados com a capacidade do novo governo de aprovar as reformas necessárias, que sumiram da mídia graças ao triste episódio de Brumadinho, que arrasou a nós todos. O último Relatório Focus do Banco Central coloca o crescimento do PIB em 2019 em 2,53% e, em 2020, em 2,6%. O câmbio em R\$ 3,75 e R\$ 3,78, respectivamente para os dois anos, a taxa de inflação em 4% para

os dois anos, e a taxa Selic em 7% e 8%, respectivamente. Tanto na arena mundial como no Brasil, são números um pouco piores que os anteriores, mas ainda positivos ao agro, pois há crescimento econômico pela frente.

A nova estimativa para o valor bruto da produção (VBP) feita pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) para 2019 é de R\$ 581,6 bilhões, sendo R\$ 200,3 bilhões para a Pecuária, valor 7,7% maior que 2018, e para a Agricultura será de R\$ 381,3 bilhões, valor 0,7% menor. Reforçando os benefícios do agronegócio, a análise de dados feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em mais de cinco mil cidades indicou que o Produto Interno Bruto (PIB) das 100 cidades maiores produtoras do agro nos anos de 2014 e 2016 cresceu 9,81%, muito mais do que o Brasil.

Fechamos os números das exportações do agro em 2018 e estas realmente deram show, mesmo com a greve dos caminhoneiros, e tiveram recorde de US\$ 101,7 bilhões, com crescimento de 5,9% sobre 2017. As vendas para a China aumentaram US\$ 9 bilhões em apenas um ano, e para lá são direcionados 20% da carne brasileira, quase 30% do algodão, 40% da celulose e pouco mais de 80% da soja. Conseguimos estes números mesmo com o ano de 2018 judiando dos preços das commodities. O índice da Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO) caiu 3,5% e fecha o ano com 168,4 pontos. Quase 30% menor do que o recorde visto em 2011. Os cereais subiram 9%, óleos caíram 15%, carnes caíram 2,2%, lácteos caíram 4,3% e o açúcar registrou impressionante queda de 22%, derrubando o índice geral. Em 2018, quem voltou a sorrir foi o setor de máquinas agrícolas, que cresceu 12%.

Para 2019, a Associação Nacional de Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea) espera 10% de crescimento. Boas notícias!

A Associação Brasileira das Indústrias de Óleos Vegetais (Abiove) estima as exportações de soja de 2019 em 70 milhões, 13,7 milhões menores do que ano passado e gerando US\$ 26,6 bilhões, 25% a menos que em 2017. A estimativa caiu US\$ 1,5 bilhão em um mês, graças ao clima. Quando se consideram também óleo e farelo, as exportações serão de US\$ 32,75 bilhões, 20% menores. Estima-se nossa safra em praticamente 118 milhões de toneladas, queda de 2,5% em relação ao previsto em dezembro. Em direção oposta, as exportações de milho devem saltar de 23 para 31 milhões de toneladas.

Boa parte desta soja seguirá para a China, cujas importações são estimadas em 87 milhões de toneladas. Praticamente está fechado o fluxo de soja entre os EUA e a China. Em dezembro, foram importadas apenas 70 mil toneladas, contra 6,2 milhões no ano anterior, sendo 2018 o pior dos últimos 10 anos neste fluxo comercial.

Do Brasil, em dezembro, a China comprou 2,43 milhões de toneladas a mais do que no mesmo mês de 2017. A tarifa de 25% começou em junho e o impacto está aí para todos verem.

No fim de janeiro, no fechamento da coluna, a soja estava em R\$ 77,50 nos portos e R\$ 69 entregue em cooperativas do Sul do Brasil, e a referência de março em Chicago foi de US\$ 4,25/bushel. Já no caso do milho, no fechamento desta coluna, os preços estavam em R\$ 38/saca em São Paulo, R\$ 32/sc entregue em cooperativas do Sul do Brasil.

Estamos com problemas no clima, falta de chuvas e calor intenso afetando a produtividade da soja, do milho, da cana e, em algumas regiões, está dificultando o semear da segunda safra. Quanto mais tarde for semeada, mais risco corre de geadas e secas. Pode ainda aparecer algum evento climático nesta fase final da safra no Brasil e na Argentina, e os comportamentos de plantio nos EUA mostram até agora menos soja. Se eu tivesse soja e milho, venderia apenas para quitar os investimentos (custos) e guardaria parte da produção, pois meu viés é de alta, mesmo se existir acordo entre China e EUA.

AR



**Marcos Fava Neves**

Especialista em Planejamento e Gestão Estratégica de Empresas Orientadas para o Mercado. Doutor em Administração pela FEA/USP, com especialização na Holanda (1998/1999). Mestre em Administração também pela FEA/USP, com especialização na França (1995). Engenheiro Agrônomo pela ESALQ-USP. Professor Titular da FEA-RP/USP. Visitante Internacional da Purdue University (EUA) em 2013.

M Markestrat uma geração

A Markestrat é uma organização que desenvolve consultoria, pesquisa e treinamento em estratégia e busca a geração e a difusão de conhecimento sobre o agronegócio brasileiro.

Site: [www.markestrat.org](http://www.markestrat.org)  
Tel.: (16) 3456.5555 / (11) 3034.3316

# O papel do novo vendedor no mercado agro - 2ª Parte

A importância de atuar como um conselheiro/consultor de negócios, construindo um relacionamento duradouro e entregando benefícios econômicos, técnicos e sociais ao cliente atendido



Dado ao contexto cada vez mais competitivo no agronegócio, as equipes comerciais que atuam neste mercado estão sendo cada vez mais desafiadas. Na edição anterior da Revista AgroRevenda, falamos sobre a importância do profissional que trabalha com vendas adotar uma nova postura, frente a este cenário de desafios. Apresentamos, assim, duas habilidades essenciais a este “novo vendedor” de insumos agropecuários. Primeiramente, a habilidade em atuar com conhecimento holístico,

posicionando o produto correto à particularidade do negócio agrícola de um determinado cliente. A segunda habilidade tratada na edição anterior foi a abordagem de venda de valor, único caminho possível para se deixar a discussão de preço e conseguir comunicar de uma forma assertiva o posicionamento de valor das ofertas para o mercado agro.

Dando prosseguimento ao tema, apresentaremos nesta edição a terceira habilidade essencial que deve

ser desenvolvida pelo profissional de vendas. Trata-se da capacidade de atuar como um conselheiro/consultor de negócios, construindo um relacionamento duradouro e entregando benefícios econômicos, técnicos e sociais ao cliente atendido.

O papel do vendedor, sob essa ótica, é extrapolado para além do pedido e entrega do produto. A necessidade de estar mais próximo ao cliente durante todo o período, do planejamento produtivo até a

avaliação do resultado final, torna-se salutar para o novo profissional de vendas. Desta forma, sugere-se que o vendedor deva atuar como um verdadeiro consultor de negócios, estando presente na propriedade durante todo o ano produtivo, independentemente de eventuais sazonalidades de compra. Este consultor se destaca, portanto, como uma pessoa de confiança do produtor rural, um verdadeiro “conselheiro” para o negócio, capaz de entregar valor para o cliente na perspectiva econômica, técnica e social:

1. Econômica: para o produtor, o bom consultor é aquele que lhe ajuda a obter bons resultados econômicos, seja via aumento de produtividade, seja via redução de custos. Nesse sentido, é importante saber mostrar e calcular o benefício financeiro de um determinado produto e/ou serviço, tangibilizando os ganhos financeiros do investimento. Aqueles que conseguem justificar o investimento do produtor superam as brigas de preço e posicionam valor. Não se trata de um cálculo simples, pois o mesmo deve considerar as particularidades do negócio do produtor e contemplar os possíveis impactos financeiros do que está sendo adquirido, desde os ganhos de produtividade até impactos com a comercialização do produto agrícola. Vamos considerar, por exemplo, um vendedor que atua com insumos para cafeicultores. Se este vendedor comercializa um produto que possibilita o manejo de cafés especiais, os ganhos financeiros devem contemplar não somente a produtividade, mas também o possível ágio que será obtido ao comercializar a saca de café.

2. Técnica: produtores valorizam parcerias que garantam conhecimento técnico/informação, de modo que

possam melhorar suas atividades nas diversas variáveis de produção. Tais informações são oriundas não apenas do conhecimento técnico de produto, mas também da experiência do vendedor e do conhecimento holístico do mesmo. Assim, a eficiência de um insumo está correlacionada não somente ao produto/insumo utilizado, mas sim à forma como o mesmo se “enquadra” no processo produtivo como um todo. Neste sentido, espera-se que o novo vendedor possa atuar como um solucionador de problemas, garantindo que o produtor incorpore mudanças positivas no seu negócio, otimizando seus resultados.

3. Social: o produtor rural é antes de tudo uma pessoa e, assim sendo, somos todos seres sociais, que valorizamos o relacionamento com outras pessoas. Desta forma, o produtor busca estabelecer relacionamentos próximos com aqueles fornecedores que geram empatia/identificação, aqueles com que eles têm prazer de passar um tempo juntos. Assim sendo, o novo vendedor deve buscar ser esta pessoa de bom relacionamento, valorizada pelos produtores e/ou funcionários, que seja bem-vindo à fazenda. Ou seja, alguém de quem o cliente gosta de estar próximo.

O grande desafio do novo vendedor é conseguir desenvolver as habilidades mencionadas e, mais do que isto, saber entregar o benefício certo na hora certa, transitando entre os valores econômicos, técnicos e social do seu atendimento. Aqueles que conseguirem desenvolver estas habilidades vão certamente se destacar dos demais vendedores e serão considerados verdadeiros experts do setor agro, valorizando, assim, a sua atuação com vendas.

Não é um caminho simples, mas, frente aos desafios do setor, é uma das poucas chances de se alcançar o sucesso. Boa sorte e sucesso nas vendas!



**Camila Guimarães**

Associada Markestrat. Mestre em Estudos Culturais pela Université Panthéon Sorbonne e formação em Comunicação.



**Franklin Meirelles**

Graduado em administração de empresas pela FEARP/USP e pós-graduado em Marketing de Serviços pela FAAP. Mestre em Gestão Internacional pela ESPM e Doutorando em Administração das Organizações pela FEARP/USP. Experiência em projetos de Inteligência/Pesquisa de Mercado, Acesso a Mercado, Planejamento Estratégico, Gestão de canais de distribuição e Posicionamento Competitivo.



A Markestrat é uma organização que desenvolve consultoria, pesquisa e treinamento em estratégia e busca a geração e a difusão de conhecimento sobre o agronegócio brasileiro.

Site: [www.markestrat.org](http://www.markestrat.org)  
Tel.: (16) 3456.5555 / (11) 3034.3316

## Internacionalização da indústria de insumos

Cabe aos empreendedores brasileiros do setor abordar os desafios estratégicos e operacionais para expandir para outros países



**O** Brasil possui atualmente uma indústria de insumos agrícolas e pecuários pulverizada, ainda que protagonista em diversos agronegócios, e com um vasto espaço para crescimento no mercado interno.

A necessidade de adaptação de diferentes culturas e produções proteicas as condições climáticas e de solo motivaram os desenvolvimentos genéticos e de insumos que potencializaram o desenvolvimento e ganhos de produtividade dos produtos finais nos trópicos.

Muitos de nossos produtos já foram internacionalizados e assim acreditamos que chegou o momento de internacionalizar empresas brasileiras de insumos também. Lembramos que o Brasil foi o berço do desenvolvimento tecnológico para agricultura tropical.

Temos indústrias de insumos capazes de colocar a produtividade agrícola e pecuária no mesmo nível de desenvolvimento que em países que originaram pesquisas sobre produtividade x adaptações genéticas.

A expansão agropecuária ocorre em nosso país e existem outros que avançam sob a perspectiva de tentar "Alimentar o Mundo", mas com insumos inferiores aos que temos em nosso mercado, abrindo desta forma enormes possibilidades para que possamos explorar novas oportunidades em diferentes mercados.

Cabe aos empreendedores brasileiros deste setor abordar os desafios estratégicos e operacionais para expandir para outros países. A nosso ver, existe um espaço gigantesco para ser ocupado, mas que não deve ser

feito de forma aventureira e amadora, globalmente já não existe mais espaço para este tipo de atitude empresarial. **AR**



• **Fernanda Lemos:** Sócia da Lemos Oshiai Consultoria e Assessoria, Sócia e Membro do Conselho da Guaná Agropecuária, Pesquisadora da FEA/USP – PENSA, Professora da FIA, co-autora do livro Economia da Pecuária de Corte, e colunista das revistas especializadas em proteína animal e Agrorrevenda. Administradora de empresas pela ESPM, especialista em Economia pela FGV (BEM), Mestre em Engenharia de Produção pela Escola Politécnica/USP e doutora em Administração pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo - FEA/USP. f.lemos@e-loconsultoria.com



• **Jogi Humberto Oshiai:** Sócio da Lemos Oshiai Consultoria e Assessoria e da Stark Capital e Diretor de Assuntos Públicos do escritório de advogados europeus FratinVergano (Bruxelas), além de ser Pesquisador Associado da FZEA/USP e colunista das revistas especializadas em proteína animal e Agrorrevenda. Pós-Graduação em Comércio Internacional pela Universidade Livre de Bruxelas, Mestrado em Política Internacional pela Universidade Livre de Bruxelas e MBA pela Solvay Business School Economics and Management, Bruxelas. j.oshiat@e-loconsultoria.com

## Fale com quem compra e vende o seu produto ou serviço!

Se você vende produtos e serviços através das revendas agropecuárias, a Revista **AgroRevenda** e sua plataforma digital são as ferramentas ideais para a sua estratégia de comunicação em 2019.



Confira mais detalhes.

Ligue ou envie um WhatsApp!

**(11) 9.8863.1675**

com **Karla Bordin**

karla@publique.com

Revista **AgroRevenda**  
gestão da revenda agropecuária

Fale com o dono da revenda

## Corteva Agriscience lança tecnologia para combater pragas do milho

Biologia PowerCore Ultra vai contar com uma rede forte de distribuidores e cooperativas



### LAGARTAS DO MILHO

- Lagarta do cartucho
- Broca-do-colmo
- Lagarta da espiga
- Lagarta-elasma
- Lagarta-rosca
- Lagarta-preta-das-folhas


Centro de Pesquisas da Corteva em Tocantins, uma das oito unidades de ciência da corporação no Brasil.

A Corteva Agriscience, atual Divisão Agrícola da DowDuPont, lançou no Centro de Pesquisa e Desenvolvimento da empresa em Porto Nacional (TO), a biotecnologia PowerCore Ultra, as sementes de milho com quatro proteínas destinadas ao controle das principais lagartas que atacam as lavouras e duas proteínas que conferem tolerância aos herbicidas glifosato e glufosinato de amônio. Os híbridos de milho que contêm a tecnologia trazem as proteínas inseticidas Cry1F, Cry1A.105, Cry2Ab2 e Vip3Aa20, que auxiliam no controle de pragas, como Lagarta do cartucho, Broca-do-colmo, Lagarta da espiga, Lagarta-elasma, Lagarta-rosca e Lagarta-preta-das-folhas. “São, no mínimo, três aplicações de inseticidas a menos na safra. Uma solução que oferece o mais amplo espectro para ajudar no controle das pragas da cultura do milho. Aliando maior segurança

e flexibilidade ao manejo de plantas daninhas. São ganhos concretos na produção do grão”, justificou Frederico Barreto, Líder de marketing da plataforma de sementes da Corteva para o Brasil e Paraguai.

O trabalho de desenvolvimento das novas sementes foi capitaneado pelo centro de pesquisas da Corteva de Tocantins, uma das oito unidades de ciência da corporação no Brasil. Nelas, a empresa mantém quinze importantes experimentos em andamento. A instalação de Porto Nacional foi criada em 2006, ‘de olho no calor’ da região, na obtenção de quatro gerações de variedades por ano e nos desafios de tolerância a altas temperaturas e seca. PowerCore Ultra já está no mercado e deve ganhar as primeiras lavouras comerciais a partir da primeira safra de 2019, com sete produtos Brevant e dois da marca Pionerr. A Corteva

promete contar com uma rede forte de distribuidores e cooperativas para atender os agricultores brasileiros. “O objetivo é ter, em três anos, todo o portfólio Brevant com Power Ultra.

É proteção para a planta expressar o máximo possível do seu potencial produtivo. Queremos servir o agricultor da melhor maneira possível para ele viver e produzir melhor”, afirmou Douglas Ribeiro, Diretor de Marketing da Corteva. “E tudo dentro do conceito de Boas Práticas Agrícolas. Afinal, é missão da empresa atuar junto ao produtor para que ele cuide do ambiente, do solo e da sustentabilidade da propriedade e do negócio. Sem falar que boas práticas também garantem longevidade para as novas biotecnologias”, arrematou César Santos, Líder de pesquisas da empresa. A tecnologia obteve a aprovação da Comissão Técnica Nacional de Biossegurança (CTNBio). 

## O sucesso do Clube do Leitão 2018!

Evento reuniu trezentos participantes, ofereceu curso de cortes especiais, lançou Manual de Boas Práticas Ambientais, fez homenagens e consagrou o trabalho da APCS pela carne suína paulista



Mais de 300 participantes no tradicional encontro dos produtores de carne suína de São Paulo.


Uma homenagem a um trabalhador que atua há 35 anos dentro de uma granja de suínos. A entrega do Troféu Arnaldo Jardim a José Geraldo de Faria, colaborador com maior tempo de atividade em uma granja paulista, a propriedade da família Bressiani, em Capivari (SP), marcou a edição do Clube do Leitão no fim do ano passado, uma promoção da Associação Paulista dos Criadores de Suínos (APCS) e do Consórcio Suíno Paulista (CSP), com apoio da Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS). O evento reuniu quase trezentos participantes e ainda mostrou homenagens, confraternização, curso de cortes suínos e carne da melhor qualidade. Várias autoridades estiveram presentes. Toda a Diretoria da APCS; a Diretora de Projetos e Marketing da ABCS, Lívia Machado; o Secretário Adjunto da Agricultura e Abastecimento de São Paulo, José Benedito de Oliveira; o Diretor de Relações Institucionais da Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA), Ariel Mendes; o Presidente do Sindicato Nacional das Indústrias de Ração Animal (Sindirações) e diretor do Departamento de Agronegócio da Federação das Indústrias do Estado

de São Paulo (Deagro), Roberto Betancourt; o Deputado Federal reeleito Arnaldo Jardim; o Vice-Presidente da Associação Brasileira dos Médicos Veterinários Especialistas em Suíno (Abraves), Amilton Ferreira da Silva; o Presidente do Colégio Brasileiro de Nutrição Animal (CBNA), Godofredo Miltenburg; o Vice-Presidente do Sindirações, Ariovaldo Zani; e o Diretor Geral do Instituto de Tecnologia de Alimentos (Ital) à época, Luis Madi.

O presidente da APCS, Valdomiro Ferreira Junior, promoveu o lançamento do Manual de Boas Práticas para a Suinocultura Paulista, concebido depois de várias reuniões e da curadoria do especialista Iuri Pinheiro Machado, e destacou o volume alcançado pela comercialização de insumos pelo Consórcio Suíno Paulista, que, em 2018, alcançou R\$ 130 milhões. “As granjas do estado devem se unir em torno do manual. É mais um trabalho que comprova o diferencial da proteína produzida no estado, comercializada dentro do Brasil e no exterior”, convocou.

As atividades iniciaram com o Curso de Cortes comandado pelo

especialista Marcos Bisinella, do Instituto de Tecnologia de Alimentos (ITAL), e dirigido aos profissionais que atuam com manipulação de carnes. Açougueiros, equipe de vendas, supermercadistas, indústria de carnes e profissionais de frigoríficos. “Já conseguimos obter hoje mais de quarenta cortes diferentes, além dos tradicionais, como costelinha, bisteca e lombo. Isso é importante porque agrega valor e traz mais dinheiro para o produtor, o atacadista e o varejista. Além de ajudar o trabalho do consumidor para preparar refeições rápidas, nutritivas e saborosas”, destacou Bisinella, profissional com cinquenta anos de experiência.

Enquanto isso, no auditório do hotel, os participantes acompanhavam uma palestra motivacional de Jairo Martiniano, a distribuição de kits de carne suína de marcas de qualidade, o show de humor de Marcus Cirillo e um almoço com vários pratos feitos com carne suína: costelinha suína ao molho barbecue, prime ribe grelhado com purê de mandioquinha, lombo suíno assado com molho de laranja e ragú com linguíça toscana e calabresa. 

Caderno

# Prateleira

## AgroRevenda

## LANÇAMENTO DE PRODUTOS

CONFIRA AS NOVIDADES DO MERCADO

## Boehringer Ingelheim Saúde Animal lança Buscopan Composto

Primeiro encontro da empresa em 2019 reúne todas as unidades de negócio de saúde animal na Bahia e exalta analgésico líder mundial do segmento



Lançamento reuniu todo o time de saúde animal na Bahia.

Uma marca de mais de sessenta anos de mercado. Uma autêntica autoridade quando o assunto é sanidade. O maior volume da indústria farmacêutica mundial. O Buscopan, molécula que faz história no tratamento de dores em seres humanos, agora está a serviço da saúde e do bem-estar de todos os animais de produção do Brasil. Para anunciar esta novidade de peso aos agentes da cadeia produtiva nacional, a Boehringer Ingelheim Saúde Animal reuniu na Ilha de Comandatuba, na Bahia, todas as unidades de negócios de saúde animal da empresa, para debater estratégias, políticas comerciais e ações de marketing envolvendo o novo produto.

Buscopan Composto Solução Injetável, versão com 100 ml, é indicado para o alívio de cólicas, o combate aos transtornos digestivos, o Timpanismo e os problemas de parto. "Ele vai propiciar alívio rápido, seguro e confiável aos plantéis, promovendo analgesia antes da atuação do veterinário. Tem muito animal no Brasil para a gente cuidar e o Buscopan vai

ajudar demais", explicou o médico-veterinário e Gerente Técnico de Grandes Animais da Boehringer, Roulber Silva. Já Nivaldo Grando Júnior, Diretor de Grandes Animais da Boehringer, exaltou a molécula como um produto ícone da indústria farmacêutica e aponta a nova versão veterinária como única para o segmento. "Buscopan é isso, uma preocupação total com o bem-estar animal, para deixar bois, vacas, cavalos e todos os animais bem, em segurança", selou.

A festa de lançamento foi prestigiada pelo Grupo Publique, convidado especial da Boehringer, assim como o programa Fala Carlão. Um dos maiores destaques do evento foi a presença do engenheiro-agrônomo, cantor, empresário sertanejo e apaixonado por cavalos, Fernando Fakri, o 'Sorocaba'. A família dele é uma das tradicionais criadoras de cavalos e mantém o 'Rancho das Américas', uma referência no Quarto de Milha. "Escuto falar de produtos históricos da Boehringer desde criança, com meu pai e meu avô, que sempre usaram. Tenho certeza

de que o destino de sucesso também vai marcar o Buscopan Composto", avaliou Sorocaba.

"Foi nosso primeiro encontro do ano, com todo o time de negócios de saúde animal da empresa. Tivemos ótimos resultados em 2018 e, em 2019, não vai ser diferente, principalmente com a chegada do Buscopan Composto. O Brasil já é um dos grandes mercados do mundo e queremos avançar ainda mais neste mercado. A palavra de ordem é uma só: crescimento!", concluiu Fábio Barone, Diretor Geral de Saúde Animal da Boehringer Ingelheim Saúde Animal.



Fábio Barone, Diretor Geral de Saúde Animal da Boehringer Ingelheim - A ordem é crescer.

## CFS lança duas linhas para alimentação animal: feed e pet



A Camlin Fine Sciences Ltda. (CFS) – líder mundial em antioxidantes – desenvolveu as linhas SalPlus e Novamold que auxiliam na redução da contaminação bacteriana e fúngica, respectivamente.

A Linha Sal Plus é utilizada no tratamento de produtos de origem animal, como farinhas, gorduras, rações fareladas, peletizadas e extrusadas, e vários

tipos de ingredientes disponíveis no mercado de nutrição, inclusive os de procedência vegetal. O cumprimento das Boas Práticas de Fabricação (BPF) com medidas de contenção dos pontos críticos do processo auxiliam no controle da contaminação.

A Linha Novamold é composta por uma mistura de ácidos orgânicos, os quais quando combinados

entre si aumentam a eficiência na proteção antifúngica. Fungos são microrganismos capazes de degradar a matéria orgânica presente na ração, causando um efeito negativo na saúde e desempenho dos animais devido às perdas nutricionais. Alterações na palatabilidade de alimentos contaminados por fungos ocorrem porque eles são capazes de produzir micotoxinas, metabólitos secundários, os quais são substâncias químicas tóxicas.

Camlin Fine Sciences (CFS) é um fornecedor de ingredientes antioxidantes e aditivos de alto desempenho. Atende a diversos segmentos: nutrição humana, alimentos para animais de companhia e produção, fragrâncias, aquacultura, indústria de graxaria e biocombustíveis

## Equilíbrio lança linha de produtos para Raças Específicas

A empresa está colocando no mercado a linha super premium de alimentos para cães e gatos, a Equilíbrio Raças Específicas, produtos formulados de acordo com as particularidades e necessidades de cinco raças, para as fases adultos e filhotes. São eles: Maltês, Lhasa Apso, Shih-Tzu, Yorkshire Terrier e Golden Retriever. Essas dietas buscam prevenir ou minimizar os principais problemas de saúde e congênitos de cada raça, além de estimular o máximo do potencial genético de cada cão.

A novidade, pela primeira vez no Brasil, é que os produtos mesclam partículas de alimentos completos de alta performance com partículas liofilizadas de frango com alto nível de palatabilidade. Também são livres de transgênicos, glúten, corantes e aromatizantes artificiais. “Acreditamos que uma alimentação sob medida proporciona saúde de dentro para fora. Ela traz tecnologias nutricionais modernas e processos produtivos até então usados em alimentos para humanos. A nova linha é, sem dúvida, a melhor

do mercado”, ressalta Diógenes Silva, gerente de Produtos da Total Alimentos. Em avaliações realizadas no Centro Global de Nutrição da empresa, os alimentos atingiram 100% de aceitação pelos cães, inclusive braquicefálicos, comprovando a palatabilidade junto às raças pequenas e miniaturas, que possuem o paladar exigente. Além disso, pensando na anatomia de cada raça, a nova linha de produtos tem partículas com formato especial, facilitando a digestão do alimento pelo cão. **AR**



## Connan revisa portfólio de produtos e apresenta novas embalagens

Buscando otimizar e facilitar a compreensão de seus produtos, a Connan, uma das principais indústrias de nutrição animal do Brasil, apresenta ao mercado seu novo portfólio de 33 itens. Uma nova linha da empresa passou por uma reformulação que teve como principal objetivo deixá-la mais intuitiva para a equipe de venda e aos clientes da Connan. “Ao longo do processo, estabelecemos princípios que indicaram o papel de cada produto, seguido pela revisão de todo o catálogo”, explica o gerente técnico e de Marketing da Connan, Marcio Bonin.

O primeiro ponto foram os tipos de criações que cada produto atende, como gado de corte, gado de leite, caprinos, ovinos e equinos. Em seguida, foram determinadas as formas

de uso de cada um, com a definição de duas subcategorias: para misturar e os prontos para usar. A terceira etapa do processo manteve os tipos de produto já comercializados pela empresa. “Definimos, então, a identificação de cada um na época do ano que deve ser comercializado, como seca, chuva e aqueles que podem ser usados nas

duas épocas”, informa Bonin. Por fim, foram divididos dentro das fases de criação animal, indicando qual deve ser usado na reprodução, no crescimento e na terminação. O novo portfólio e as embalagens passam a ser comercializadas inicialmente com uma cartela de nove produtos, incluindo os que levam a tecnologia Agglomerax. **AR**



## Longevus, da Fertiláqua, reduz processo do plantio da MPB à desdobra do canavial

Aumentar a produtividade da cana-de-açúcar é um dos atuais desafios do setor sucroenergético. E as mudas pré-brotadas (MPB) assumiram importante papel na renovação e expansão dos canaviais brasileiros, sendo utilizadas em larga escala no plantio de Meiosi (método inter-rotacional ocorrendo simultaneamente) e Cantose. No processo, espera-se um rápido desenvolvimento das MPBs e uma alta taxa na desdobra da Meiosi, o que possibilitará o corte e o replantio dessas mudas em um menor período possível e em larga escala (plantio comercial). Os produtos da Linha Longevus contam com ácidos orgânicos e aminoácidos, provendo

ação bioestimulante às plantas e reequilíbrio da microbiota do solo, além de contar com um aporte nutricional. Vem sendo utilizados no processo fabril e no plantio das mudas pré-brotadas. No plantio, elas são tratadas novamente com Longevus, garantindo pegamento, rápido desenvolvimento vegetativo e do sistema radicular, com padrão de vigor e uniformidade. Os resultados apresentaram, em média, uma redução de 30 dias para se fazer a desdobra da Meiosi quando utilizado o Longevus. “Esse processo normalmente leva em torno de sete a oito meses. Os 30 dias geram alta taxa de desdobra no plantio comercial”, explica Alan Borges, gerente de desenvolvimento da Fertiláqua. **AR**




## Instrutherm lança kits para a Aquicultura

A Instrutherm está lançando dois kits específicos para cuidar da qualidade da água, fator fundamental para o cultivo de peixes, crustáceos e mariscos, assim como a temperatura e a dureza. São os kits KIT-100 e KIT-200, que contêm soluções e reagentes como de Amônia total tóxica para água doce; Amônia total tóxica para água salgada; Reagente nitrato e nitrito, ambos para água doce ou salgada; Reagente para alcalinidade entre 8,2 e 10 pH; Reagente para baixa acidez e baixa alcalinidade entre 6 e 7,6 pH, além de uma cubeta de vidro para os testes. Nos kits, ainda estão inseridos dois equipamentos portáteis. Um deles é o medidor de pH digital modelo PH-1700, instrumento que cabe no bolso, indicado para medição no campo e tratamento de água e de efluentes, capaz de apontar instantaneamente se a solução é alcalina, ácida ou neutra. Também possui tampa de eletrodo para proteção contra danos e faixa de medição de 0 a 14 p.H.E o outro é

um medidor três em um, lançamento da Instrutherm, que detecta a dureza da água, temperatura e condutividade elétrica. Em formato tipo caneta, o modelo é o TDS-100.

Os equipamentos e reagentes estão nos dois kits da Instrutherm. O que difere um do outro é a maleta para transporte, nas versões plástico e alumínio. "Sempre participamos de

congressos internacionais sobre aquicultura, com equipamentos direcionados ao setor. E percebemos a demanda por soluções e reagentes, o que nos motivou a criar combos que contêm os itens necessários para o produtor", afirma Evair Menezes, diretor comercial da companhia. A Instrutherm é especializada em equipamentos de medição e está há 34 anos no mercado. 



Aplic KIT-100 da Instrutherm, garantia de água de qualidade.

## Nufarm apresenta herbicida Tibet®

A companhia australiana Nufarm, empresa com mais de cem anos de atuação no Agronegócio, apresentou a pecuaristas do Pará, no início de ano, o herbicida Tibet®. O produto é recomendado ao manejo agrônômico de plantas daninhas de médio e difícil controle que infestam áreas de pastagem. O engenheiro agrônomo e gerente de herbicidas da Nufarm, Mario Drehmer, explicou que pastagens infestadas por plantas daninhas de médio e difícil controle sofrem perdas de nutrientes e registram queda na produtividade e na qualidade.

Drehmer salientou que o herbicida Tibet® passou por uma série de testes

em áreas de pastagens infestadas do Estado antes de chegar ao mercado paraense. O agrônomo ressaltou também que o produto complementa o portfólio de tecnologias da Nufarm para controlar as principais plantas daninhas de médio e difícil controle que infestam as pastagens do Pará.

O gerente da Nufarm enfatizou ainda que entre as principais plantas invasoras controladas pelo novo produto estão manica-de-porca, assa-peixe-branco, canela-de-velho, guanxuma-branca, unha-de-vaca, amarelinho, fedegoso-branco e malva-branca, entre outras cuja presença é comum nas áreas de pastagens do Pará.




## Nutron apresenta tecnologia para suínos na fase de creche



A Nutron, marca de Nutrição Animal da Cargill, participa neste ano de diversos eventos para apresentar aos produtores soluções nutricionais para suínos e bovinos de leite. Para o manejo nutricional de suínos, o foco está na tecnologia desenvolvida para melhora de desempenho de leitões na transição de uma dieta líquida para uma ração. A Rapid Neopigg é uma solução

customizada que leva em consideração os desafios e dificuldades da adaptação dos leitões a nova dieta bem como os objetivos finais da produção. "Utilizando o simulador, que leva em conta informações zootécnicas da produção (peso desmame, idade desmame, sistema de produção, entre outros), conseguimos definir a melhor estratégia para cada negócio e atender as demandas dos


suinocultores", explica João Fausto, líder de suinocultura da Cargill Nutrição Animal. A Rapid Neopigg foi desenvolvida com base na expertise da Cargill, posicionada hoje como líder de mercado na fase de creche, associada às mais modernas tecnologias de nutrição e ferramentas de modelagem para suportar o suinocultor na tomada de decisão, viabilizando o negócio por meio da escolha do melhor cenário. 

## Ourofino Agrociência lança glifosato premium Templo®

Já está em campo mais um produto reimaginado para agricultura brasileira pela Ourofino Agrociência, o Templo®. Herbicida composto por glifosato premium com exclusivo sistema tensoativo e tecnologia Duo Sal, que oferece segurança, economia e velocidade no controle de diferentes plantas daninhas e na erradicação da soqueira de cana-de-açúcar. "Outro diferencial é que o produto oferece alta performance mesmo com chuva duas horas após a aplicação. É indicado para culturas de soja, cana-de-açúcar, milho e algodão", diz Roberto Toledo, Gerente de Produto Herbicidas da indústria de defensivos agrícolas.

O Templo® possui alta qualidade de formulação e excelente interação entre o balanceamento dos sais de glifosato potássico e isopropilamina (MIPA). E o exclusivo sistema de agentes tensoativos promovem maior absorção, penetração e translocação do glifosato na planta. Já a tecnologia Duo Sal oferece maior adesividade na folha, tolerância às chuvas após a aplicação, rápida absorção e sistemicidade.

"Realizamos extensos trabalhos em laboratórios de alta tecnologia, que permitiram simular e testar o produto nas mais variadas condições agrícolas brasileiras. Participaram mais de 30 pesquisadores, entre doutores e

profissionais com vasta experiência", ressalta Richard Feliciano, Gerente de Pesquisa e Desenvolvimento da Ourofino Agrociência. Já Edson Mattos, Gerente de Pesquisa Agrícola da empresa, pontua que o processo de idealização do conceito do produto contou com o suporte de instituições de pesquisa, como Unesp de Botucatu (SP), Embrapa e IPT. 23 protótipos foram desenvolvidos, sendo 13 na 1ª geração e outros dez na 2ª geração. "Também foram realizadas dezenas de pesquisas em campo nas principais regiões agrícolas do país", reforça. A nova solução da Ourofino Agrociência pode ser encontrada em embalagens de 1, 5, 20 e 1000 L. 

## Raça Forte é atendimento garantido!

Revenda tradicional de Presidente Prudente completa 29 anos de atuação investindo em bom atendimento, qualidade, preço e apoio ao espaço para a mulher trabalhadora



Vista aérea da Raça Forte - 29 anos de atuação em Presidente Prudente (SP)



Portfólio com insumos, ferragens, máquinas, ferramentas, acessórios, medicamentos, suplementação animal e equipamentos.

Tudo dia ele faz tudo sempre igual. Às seis e vinte da manhã, está de pé, ao lado de um funcionário, abrindo a loja para atender os clientes na ensolarada e quente Presidente Prudente, extremo oeste do estado de São Paulo. Doze horas depois, às seis da tarde, fecha as portas, porém vende para todos que ainda estiverem lá dentro, independentemente de quantos sejam. Leandro Bezerra de Menezes, 65 anos de idade, outros 42 de agropecuária, é energia pura. Acelerado. Atende, mão no telefone, conversa. "Você não devolveu ao estoque isto aqui? Vá lá, por favor". Responde, cumprimenta,

despacha o caminhão do cliente. Telefone. "Tchau, doutor, obrigado". Assina, confere, pergunta, telefone. "Prego 22 por 42. Nove reais. Às ordens". Parece pipoca, não sai da cadeira, na sala de vidro. "Raça Forte, boa tarde!".

E ainda atende gente desesperada mesmo no feriado ou fim de semana. "Não tem dinheiro que pague um cliente bem atendido e satisfeito. Num sábado, abri a loja apenas por causa de um touro doente. Você precisa ver a satisfação do pecuarista. Deu gosto", conta, repetindo sem parar o gesto de arrumar os cabelos lisos.

No espaço ao lado da sala dele, os clientes e visitantes chegam, mandam um alô e seguem para tomar água e café no espaço ao lado. Sentam no sofá e conversam como se estivessem em casa. Um entra e sai sem fim. "Encontramos de tudo aqui e é um ponto de conversa com os amigos. A gente se atualiza sobre vários assuntos, falando com todos", conta Paulo Azenha, que faz soja com pivô central, cana-de-açúcar e pecuária em uma propriedade de Mato Grosso do Sul. No balcão, o atendimento ferve, gente atrás de remédio, vacina, bota, sal. A Raça Forte tem quase três décadas de histórias para contar. Comercializa insumos, ferragens, máquinas, ferramentas, acessórios, medicamentos veterinários, suplementação animal, máquinas e equipamentos para ordenha e insumos em geral. O lema é 'vender produtos de altíssima qualidade, com preços satisfatórios, buscando a cada dia o melhor para o produtor, para que juntos possamos crescer'. A empresa ainda presta assistência externa, ajudando os

## "Não tem dinheiro que pague um cliente bem atendido e satisfeito"

pecuaristas na própria fazenda. Com equipe especializada, seja no leite ou em defensivos agrícolas. A trajetória do negócio começou com o próprio Leandro e o sócio Celso, que conduz a parte administrativa até hoje. "Em 1976, comecei a trabalhar na empresa Maurílio Fernandes, hoje Small, uma distribuidora de produtos de petróleo. Em 1987, montamos lá uma divisão agropecuária. E gostei demais. Em 1990, montamos a Raça e deu gosto de ver. Começamos como empregados. E os donos foram extraordinários e nos ajudaram bastante. Aproveitamos o embalo e seguimos firmes e fortes até hoje", lembra Leandro.

Para isto, não falta vontade e energia ao homem que não teve paciência nem para terminar a faculdade de Administração de Empresas que cursava. "Eu sou só um vendedor. Meu sócio vê preço, compra, faz negócio. Eu cuido de vender. E o negócio é eficácia, trabalho e oportunidade. Estamos aí. Gosto muito de atender, é um prazer. Dou preço, prazo e tudo. E a pessoa sai daqui satisfeita. Por isso é esse entra e sai de pecuaristas. Graças a Deus! É o nosso 'ganha-pão'. Tem café quentinho para quem chega, mesmo que não venha consumir. Promovemos reunião de pecuaristas e a presença deles só vem somar ao nosso trabalho. Tudo se resume a atender bem, com produtos de qualidade. Para a clientela voltar e indicar para outras pessoas que não conhecem a gente", reforça. É fato, comprovado por empresários rurais de respeito, como Antonio Renato Prata, o 'Pratinha', 75 anos de fazenda. "É uma revenda que está ao nosso lado há muito tempo.

Sempre encontramos o que precisamos, somos bem atendidos e o Leandro e o Celso são grandes parceiros e amigos", revela o gestor da Prata Agropecuária. O forte da Raça é a pecuária. E o 'bicho pega' mesmo nos meses de abril e novembro, por conta da campanha de vacinação contra a Febre Aftosa. "É a época em que os pedidos acumulam. O produtor quer mexer com o gado, vacinar. São dois meses que plantam faturamento para nós, garantem os pagamentos do fim de ano, o ciclo de venda é muito maior. Mas nos outros meses também vendemos bem, em um patamar de eficiência que dá para tocar os negócios", acrescenta.

"Entre na Raça Forte há quatro anos e fui conhecendo as informações aos poucos, com o tempo. Aprendi que o mais importante é tirar todas as nossas dúvidas para atender bem. Perguntando ao nosso médico-veterinário e também aos clientes. Tudo para oferecer o melhor custo-benefício aos produtores", explica Gabriel Castelano, um dos oito vendedores da revenda. "A correria é grande, mas tudo acaba bem se você trabalha com atenção, vê todos os detalhes e confere notas, pedidos e guias. O que chega precisa estar certo. O que sai necessita ir à pessoa certa, do jeito certo", fala o conferente Valmirá Ferreira de Souza, responsável pelo recebimento de produtos das empresas fornecedoras e o despacho de material para os clientes. Outro fato que chama a atenção na loja é a forte presença feminina no quadro de colaboradores. Daniela Cristiane da Silva tem 35 anos de idade e atua há onze anos na parte administrativa.



Leandro Bezerra de Menezes, sócio-proprietário da revenda Raça Forte

"Eu amo trabalhar aqui", confessa, com sorriso no rosto e olhos verdes brilhando. "A correria é grande, mas é muito bom fazer parte desta equipe", concorda Valquíria Rodolfo de Melo, responsável pelo Caixa, onze anos de casa. Certamente, são motivações a mais para injetar energia no negócio do Celso e do Leandro. "Muitas vezes, o cliente fala que vai passar aqui porque sabe que a loja está aberta, mesmo que ainda não tenha chegado o produto que ele precisa. Só para visitar, conversar com a gente. É muito bom saber disto. E dá ânimo para seguir trabalhando. Sou moleque novo, tenho força e ainda ando à noite para manter o corpinho e a forma. Se não, vamos para aquela outra forma, que não quero ver tão cedo", conclui, sorrindo, Leandro.



Daniela Cristiane da Silva, 35 anos de idade e onze de Raça Forte. "Eu amo trabalhar aqui".

## A Asbram aposta no Brasil!

Segmento fecha o ano com crescimento de 1,3%, destaca a união do setor e pede um fim rápido para o impasse do frete



Ademar Leal, Presidente da Asbram

Uma aposta forte no Brasil, sentimento de alegria pelos bons resultados alcançados pela entidade em 2018 e a certeza de que as mudanças tecnológicas e de comportamento da sociedade vão se intensificar cada vez mais. Este foi o panorama desenhado em São Paulo durante as atividades da última reunião da Associação Brasileira das Indústrias de Suplementação Mineral (Asbram) no ano passado.

Na abertura do encontro, o presidente da entidade, Ademar Leal, fez um balanço positivo de todas as atividades

desenvolvidas, com destaque para o sucesso da campanha para alavancar o uso de suplementação mineral pela fazenda pecuária brasileira. E deu o tom para a nova caminhada. "A palavra de ordem na nossa entidade agora é união, trabalho em equipe", pregou com bom humor.

Já o professor, escritor e especialista em economia, comunicação e marketing, José Tejon, seguiu a veia certeira e bem-humorada para analisar o Agro Brasil e prever cenários para o segmento. "O mundo é uma distribuição de incômodos. O que importa é

**"A palavra de ordem na nossa entidade é união, trabalho em equipe".**

como educamos as pessoas para adotarem as tecnologias. Por exemplo, atualmente, 150 milhões de cabeças de gado brasileiras não têm nutrição animal adequada. E para a Embrapa, 40% dos criadores vão sair do mercado nos próximos anos", sentenciou. Tejon ainda falou que considera a participação do agronegócio na economia do País bem maior do que 25%. "Para mim, no mínimo, é 40% do Produto Interno Bruto (PIB)". Tejon frisou, ainda, que as mídias sociais realmente são um sucesso, porém os veículos que mais penetraram no meio rural nos últimos anos foram o rádio e as revistas impressas. "Não podemos esquecer das revistas. Elas ainda são as preferidas por mais de 25% do público do Agro Brasil", completou.

Outro palestrante convidado foi Maurício Pires Mota, CEO da AGV Health & Nutrition, o maior operador logístico de Saúde e Nutrição do Brasil. A empresa atua nas áreas de saúde animal, saúde humana e nutrição, entregando em quase quatro mil pontos de venda do País. "2018 foi um ano bem complicado por causa da questão do tabelamento do frete com preço

mínimo, uma questão que se arrasta desde a greve dos caminhoneiros, em maio, e que atormenta todos os operadores logísticos e as empresas que precisam transportar sua produção pelo território brasileiro. Já são várias Ações Diretas de Inconstitucionalidade (ADIN's) contra a legislação enviada pelo executivo para encerrar a greve. Porém, existem muitas aplicadas de até R\$ 2 milhões por mês, referentes à diferença entre o preço de mercado e o preço obrigatório que consta da tabela. Não há como as empresas trabalharem em paz assim. O caso precisa chegar ao fim o mais rápido possível", pregou.

Newton Teodoro, Gerente de Produtos da Phibro Saúde Animal, explicou como funciona o programa conjunto com o Frigorífico Minerva Foods. O "Programa de Eficiência de Carcaça" foi lançado para envolver produtores, indústria e toda a cadeia de insumos. "Queremos ajudar o segmento a melhorar a padronização das carcaças, com qualidade e melhoria em itens como cobertura de gordura, precocidade de abate, pH, bom peso etc. Tudo com a avaliação da APTA de Colina. E a suplementação mineral é vital neste processo. Nosso objetivo básico é eficiência a partir de orientação", afirmou.

A última convidada foi a pecuarista, empresária, pesquisadora e especialista em estudar a qualidade da carne, Fernanda Lemos. Ela abordou a possibilidade de internacionalização do setor de suplementação mineral brasileiro. "É um caminho bem diferente de exportar e ainda pouco conhecido e utilizado. Mas pode ajudar o setor a crescer bastante, algo perto de 42%, só falando em mercado interno. O mundo está mudando e vêm surgindo muitos negócios interessantes. Temos que ficar atentos a essas novas possibilidades e



Felippe Cauê Serigatti, professor e pesquisador da FGV.

colocar de vez na agenda a qualidade da carne brasileira", justificou. O Painel de Estatísticas da Asbram encerrou as atividades de conteúdo da reunião, com a apresentação de Felippe Cauê Serigatti, professor de Economia na Fundação Getúlio Vargas e pesquisador do Centro de Agronegócios da FGV (GV Agro).

O especialista apresentou números sobre o desempenho da agroindústria brasileira, a produção de alimentos e a comercialização de suplementos minerais no País. "Foi um ano difícil, de fortes oscilações e com episódios muito impactantes para o setor, como a greve dos caminhoneiros e o baque do câmbio. Apesar de tudo, no acumulado, quase todos os produtos de suplementação cresceram, mesmo que em pequena quantidade. E o todo variou positivamente em 1,3%, embora o número de bovinos suplementados permaneça como

um grande desafio. É arregaçar as mangas, lutar pelas reformas nacionais necessárias e trabalhar firme como uma entidade que defende as melhores soluções para a indústria e a pecuária nacional", resumiu Felippe Cauê Serigatti.

No encerramento, houve a apresentação do novo site da Asbram, que ganhou um visual mais moderno, limpo e fácil de navegar. Outra atividade que fez diferença foi o jantar na noite anterior, para comemorar o fim do ano e voltar a reunir, depois de muito tempo, todo o Conselho da Asbram e vários ex-presidentes da entidade. "Foi um bom ano apesar de tantas oscilações. E entramos em 2019 com muito otimismo. O governo eleito precisa lutar e trabalhar no sentido de a sociedade permanecer apoiando e com confiança em uma boa recuperação da economia", arrematou Elizabeth Chagas, Vice-presidente executiva da Asbram.



## Nova UPL é quinta potência em soluções agrícolas

Empresa conclui aquisição da Arysta LifeScience, lança o “Open Agriculture” e aposta tudo na força comercial com as revendas agropecuárias



Fábio Torretta, líder regional da UPL Brasil e Carlos Pellicer, COO Global de Estratégia e Inovação da UPL.

Um longa conversa com todos os colaboradores que atuam na sede da empresa em Campinas (SP) e uma recepção às principais mídias do agronegócio brasileiro. Esta foi a marca do dia em que a UPL Limited anunciou a conclusão da compra da Arysta LifeScience Inc., da Platform Specialty Products, por US\$ 4,2 bilhões. Um negócio que marcou

o surgimento da quinta potência do segmento de proteção de cultivos, gigante de US\$ 5 bilhões em vendas combinadas e EBITDA de cerca de US\$ 1 bilhão. E que já cravou seu ambicioso e novo objetivo. O OpenAg, uma rede agrícola aberta a parcerias e à criação de relações vencedoras, expandindo o espaço na criação de valor ao longo de uma rede de produção de alimentos

mais ampla. “Com o OpenAg, queremos transformar a agricultura, criando uma rede aberta para alimentar um crescimento sustentável para todos. Uma escolha mais ampla, maior valor e sustentabilidade para garantir o suprimento mundial de alimentos, com um portfólio diversificado e um alcance global aprimorado”, afirmou, ao mesmo tempo, do outro lado do

planeta, o Diretor-Geral Global da UPL, IdoJai Shroff.

O OpenAg propõe ações para os agricultores utilizarem tecnologias que os ajudem a ser mais flexíveis, com resultados maximizados, que respeitem o meio ambiente frente a uma cadeia de alimentos cada vez mais sofisticada. “A UPL pode oferecer um portfólio de tecnologias desde a proteção de cultivos até inovadoras plataformas híbridas. O nosso pipeline combinado de biossoluções sinaliza o surgimento de uma nova era na agricultura sustentável como parte de programas integrados de manejo de pragas e nutrição”, sacramentou Idojai Shroff.

O novo conceito de trabalho empolgou o Head da New UPL Brasil, Fábio Torretta, executivo vindo da Arysta e escolhido para comandar o principal negócio da corporação em todo o planeta, graças à importância no contexto da agricultura mundial e às demandas da cadeia da produção de alimentos. “Queremos ser uma empresa totalmente revolucionária. A OpenAg é uma agricultura aberta, que alimenta o crescimento sustentável para todos, sem limites, sem fronteiras. Um olhar diferente para sistemas de produção integrados e sustentáveis”, defendeu Fábio Torretta.

A UPL também quer diversificar ao máximo as áreas de atuação dentro do campo brasileiro. “Veja o exemplo

da Índia. População e renda em amplo crescimento. Temos que aumentar nossa produção de especiarias, grão-de-bico, lentilha, pimentas, para acessar ainda mais mercados como este”, apontou Carlos Pellicer, Chief Operating Officer (COO) da empresa, sete anos de casa e líder da integração anunciada em julho do ano passado. E colocar o empresário rural do País em contato com novos clientes. “Temos muito trabalho no campo. Colocaremos nada menos do que 400 agrônomos na lavoura brasileira. Para ajudar a produtividade das propriedades, mas também ajudá-las a encontrar clientes no varejo, como o supermercado, o empório que atua com produtos de qualidade, sem resíduos, sustentáveis, saudáveis, com certificação e protocolos, como o GlobalG.A.P. No Brasil e em qualquer lugar do mundo. E envolvidos com os principais consultores e institutos de pesquisas do Brasil”, acrescentou Fábio Torretta. Os dois executivos reforçam que vai haver uma força de vendas técnica, segregada por cultivo, com previsão de lançamento de vários produtos nos próximos três anos. “Desejamos ser Open também para as oportunidades que este novo mundo oferece e exige. Vamos, sim, permanecer com operações como barter, porém simplificando os processos, ter tecnologias práticas, úteis aos clientes e parceiros, estudar a utilidade, eficiência e o interesse de cada produto”, resumiu Pellicer. “E vamos apostar ainda mais em nossos parceiros

nas revendas de insumos espalhadas pelo País. Queremos atingir, no mínimo, 50% de comercialização por essa via. Ser parceiro de verdade, cada vez mais alinhado, como já fazemos atualmente”, cravou Fábio Torretta.

“É uma nova empresa, com um novo propósito. Que surgiu graças ao investimento de dois fundos de investimentos internacionais, dos Estados Unidos e de Abu Dhabi. Em dez anos, saímos de um faturamento de US\$ 600 milhões para US\$ 5 bilhões. Conseguimos todas as autorizações necessárias, no mundo inteiro, sem precisar vender nenhuma operação. E, o que é mais importante, mantendo a maior parte do time, o que é muito bom, pois vai ser base para nós crescermos forte daqui para frente”, comemorou Carlos Pellicer, Chief Operating Officer (COO) da empresa, sete anos de casa e líder da integração anunciada em julho do ano passado.

A UPL realizou a aquisição da Arysta por meio do seu braço internacional ‘UPL Corporation Ltd’, e um novo conselho foi constituído para a entidade. A nova UPL está presente em 76 países, com vendas em mais de 130 nações, oferecendo um portfólio integrado de soluções agrícolas patenteadas e pós-patenteadas para diversas culturas, incluindo produtos químicos para proteção de cultivos, soluções biológicas e tratamentos de sementes para toda a cadeia. **AR**

### RANKING DO AGRO MUNDIAL

- Bayer
- Syngenta
- Basf
- Corteva
- Nova UPL

### NOVA UPL

- US\$ 5 bilhões em vendas combinadas
- EBITDA de US\$ 1 bilhão
- Investimento de dois fundos: Estados Unidos e Abu Dhabi
- 400 agrônomos na lavoura brasileira
- Presença em 76 países | Vendas em mais de 130 nações
- Soluções agrícolas patenteadas, pós-patenteadas para diversas culturas, produtos químicos para proteção de cultivos, soluções biológicas e tratamentos de sementes para toda a cadeia

## Produção de ração no Brasil cresce 0,8% em 2018

Sindicato do setor comemora resultado e faz homenagem a um dos maiores especialistas em aves do mundo



Roberto Betancourt (Presidente do Sindirações) - Em 2019, vamos reabilitar o nome da proteína animal brasileira.

Uma noite para comemorar resultados inesperados e destacar o trabalho de um dos mais conceituados especialistas da Nutrição em Avicultura. Foi assim que o Sindicato Nacional da Indústria de Alimentação Animal (Sindirações) terminou o ano passado, destacando uma produção de ração animal do Brasil de 72,3 milhões de toneladas produzidas. Um acréscimo de apenas 0,8% sobre 2017, quando o setor bateu recorde, com 71,7 milhões de toneladas. Ao contrário do panorama vislumbrado no início de 2018, devido ao ano mais fraco na indústria de carnes de aves e suína, além de vários problemas, como o embargo da União Europeia e da Rússia, a greve dos caminhoneiros, a forte elevação do dólar e os pronunciamentos do presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, verificados no primeiro semestre. "O custo do frango passou

o preço de venda nesta época e o suíno amargou um prejuízo de até cem reais por animal em Mato Grosso. Foi um primeiro semestre sombrio, 1,5% de recuo no total geral de ração produzida", lembrou o vice-presidente executivo do Sindirações, Ariovaldo Zani. O destaque do ano acabou sendo o sal mineral, cuja produção deve fechar as contas com crescimento de 5%, atingindo 3,13 milhões de toneladas.

E a expectativa para 2019 é bem positiva, embalada pelo cenário favorável do setor de carnes e a projeção de uma boa safra de grãos, a principal matéria-prima do setor. "Levando em conta o histórico apurado nos últimos anos, e confiando na retomada econômica, é possível apostar em avanço já que seu desempenho é modulado sobremaneira pelo setor produtor/

exportador de proteína animal", analisou Ariovaldo Zani.

O executivo do Sindirações avaliou ainda que a safra de grãos esperada para o Brasil em 2019 deve amenizar os custos para alimentar rebanhos e favorecer as margens da indústria de carnes, muito embora o recrudescimento do protecionismo comercial global, o enxugamento monetário americano e, principalmente, o adiamento das reformas estruturantes domésticas (Previdenciária e Tributária) possam despejar água fria nesta fervura. "Vamos aguardar os acontecimentos. Sem falar na tensão China e EUA, que não é bom", comentou. "A eleição já realizada e a renovação do Legislativo decerto aliviarão a tensão do empreendedor e podem contribuir para os investimentos e a geração de empregos, o que deve devolver alguma confiança ao consumidor", concluiu Ariovaldo Zani.

## "Empreendedor brasileiro deve ser mais otimista em 2019"

A visão positiva sobre este ano ainda tem como base as previsões extraídas do relatório Agricultural Outlook 2017/2027, da OCDE/FAO, que sustentam que o Brasil vai superar 23% das exportações globais de carnes (bovina, suína e aves) até 2027, além do estudo Biannual Report on Global Food Markets/June 2018, também da FAO, apontar que as transações globais devem recuperar-se em certa medida, alcançando 33 milhões de toneladas e crescimento de 1,8% no ano passado, o maior avanço desde 2013. "Em 2019, vamos reabilitar o nome da proteína animal brasileira. Integrar o trabalho de empresas e do governo e criar um sistema de vigilância sanitária nos moldes dos EUA e da Austrália, com a indústria nos processos e o Estado fiscalizando. Já é um consenso", prognosticou Roberto Betancourt, presidente do Sindirações.



Ariovaldo Zani, Vice-presidente Executivo do Sindirações

### RECONHECIMENTO

O Sindirações aproveitou o momento de reunião de lideranças e executivos das principais empresas de nutrição animal do Brasil para homenagear o médico-veterinário Mário Penz, executivo internacional da Cargill. Mário é gaúcho, graduado na Universidade Federal do Rio Grande do Sul e se tornou um dos maiores nomes da Nutrição de Aves no

mundo, construindo uma carreira como professor universitário e integrante dos times das empresas Nutron, Provimi e Cargill. "Sou um privilegiado. Quando jovem, queria apenas ter uma família e ensinar. E consegui muito mais. Agora, só desejo fazer ainda mais amigos e viajar no futuro e na tecnologia, ajudando a produzir alimento de qualidade para a sociedade", discursou. **AR**

### RAÇÕES EM 2018 | PREVISÃO SOBRE 2017

- FRANGOS DE CORTE** • 31,7 milhões de toneladas | Redução de 2%
- POEDEIRAS** • 6,8 milhões de toneladas | Aumento de 10%
- SUÍNOS** • 16,8 milhões de toneladas | Aumento de 1,5%
- BOVINOS DE CORTE** • 2,6 milhões de toneladas | Aumento de 3%
- GADO LEITEIRO** • 6 milhões de toneladas | O mesmo de 2017
- AQUACULTURA** • 1,2 milhão de toneladas | Aumento de 4%
- CÃES E GATOS** • 2,65 milhões de toneladas | Aumento de 2,9%

### PRODUÇÃO DE CARNES 2018 | SOBRE 2017

- **Frango**: 13,2 milhões de toneladas | Aumento de 1,4%
- **Suíno**: 3,7 milhões de toneladas | Aumento de 3%



Mário Penz, da Cargill (esquerda), recebe homenagem do Sindirações.



Almoço em Ribeirão Preto (SP) com Cristiano Pinheiro e Guilherme Gonçalves Fonseca.



Café da manhã em Ribeirão Preto (SP) com Francisco JB Oliveira.



Com Guilherme Gonçalves Fonseca e Rosana Maria Carvalho Gonçalves Fonseca, em Quintana (SP).



Com Henrique Mazotini, Presidente Executivo da ANDAV, em Campinas (SP).



Com Isabela Prata, Antonio Prata e Adrianny Prata, em Presidente Prudente (SP).



Carlão da Publique e Sérgio Ribas (SBC Certificações) no curral da Fazenda Santa Helena.



Carlão da Publique em visita aos parceiros da Markestrat, em Ribeirão Preto (SP).



Carlão da Publique na FIESP, em São Paulo, com Mário Penz Júnior, da Cargill Internacional



Com Julio César Mesquita Serva, da Unimar, parceira da Fazenda Santa Helena.



Com Karla Bernardino Bordin, Daniel Guidolin e Fernando Avona, na Premix, em Ribeirão Preto (SP)



Com Leandro Bezerra de Menezes, da Revenda Raça Forte, em Presidente Prudente (SP).



Carlão, entre Matheus Modolo Witzler e Sérgio Ribas Moreira, ambos da SBC Certificações.



Carlão entre o plantador Nilson Soares e o agrônomo Viamir Leggieri. Dia de Campo BCA.



Com Ademar Leal e Fernando Cardoso Filho, em jantar da Asbram, em São Paulo



Com Marcos Antônio de Oliveira Ferreira e Nilton Martini, na UCBVET Saúde Animal, em Ribeirão Preto (SP).



Com o agrônomo Levy Lobato, da empresa Irrigabras. Dia de Campo da Agropecuária Irmãos Gonçalves.



Com o pecuarista Oswaldo Furlan, fundador do Grupo Pecuária Brasil (GPB), na Fazenda Santa Helena.



Com Ariel Maffi e Augusto Adami, da DSM, no Sindrirações, em São Paulo.



Com Elizabeth Chagas, em jantar da Asbram



Com Francisco Turra, Presidente da ABPA, em São Paulo.



Com Rafael Farias, Gerente Geral de Pecuária da AgroVentura, na propriedade da Agropecuária Irmãos Gonçalves.



Com Ricardo Burgi, da BCA Consultoria, no Dia de Campo, no 1º Dia de Campo BCA – ILPI.



Com Sérgio Przepiorka, do Boitel Chaparral, no Dia de Campo BCA.



No Projeto de Genética de Gado Nelore PO, com equipe liderada por Luiz Gustavo Ribeiro, na Ourofino Genética.



Fábio Torretta, líder regional da UPL Brasil e Carlos Pellicer COO, Global de Estratégia e Inovação da UPL. Em Campinas (SP).

## Publique Days | Encontro Anual do Grupo Publique



'Markestrat value generation', em Ribeirão Preto (SP), com José Carlos de Lima Junior, na Markestrat.



Equipe completa do Encontro Publique Days - Mais próximo do Cliente.



Flávio Ruhnke, Karla Bordin, Riba, Marcos Fava Neves, Matheus Cónsoli, Carlão da Publique, Lino Rodrigues Filho e Fábio Mizumoto



Mário Penz (Cargill) e Roberto Betancourt (Sindirações), em São Paulo.



Equipes Publique e Ourofino no fim do Curso de Inseminação Artificial em Tempo Fixo.



Estúdio do programa Ourofino no Campo, em Cravinhos (SP).



Jantar do Publique Days em Ribeirão Preto (SP).



Na Raça Forte, em Presidente Prudente (SP), com Neto, Leandro e Flávio Buchala.



No Dia de Campo da Fazenda Santa Helena, em Quintana (SP), com Serginho Ribas Moreira e Matheus Wizstler.



Na Companhia Agropecuária Rio Pardo (Carpa), em Serrana (SP), com Eduard Biagi.



No Centro Técnico de Capacitação, em Guataparã (SP), com Equipe Ourofino.



Programa Fala Carlão na Revenda Raça Forte, em Presidente Prudente (SP), com a bonita e agitada Daniela.



Com Elizabeth Chagas, Ulisses Riba e Thiago Galdiano, no jantar da diretoria da ASBRAM

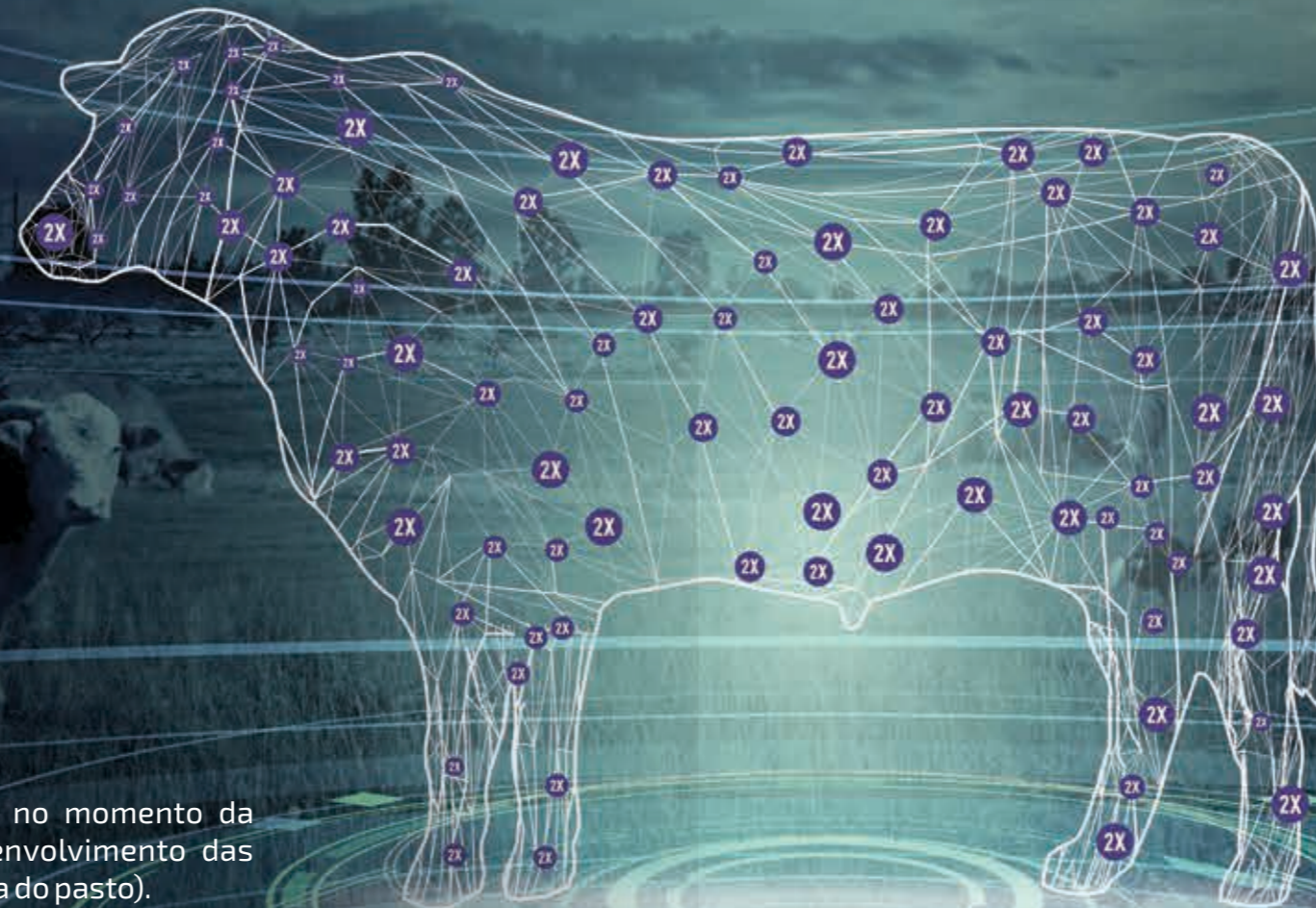


Tarde de Fala Cliente durante Encontro do Grupo Publique.



Nos experimentos agrícolas da Fazenda em Guataparã (SP).

# Para o carrapato não evoluir, nós evoluímos!



## Fiprotack.

Dupla ação: controla o carrapato presente no momento da aplicação (efeito adulticida) e inibe o desenvolvimento das formas jovens que irão subir no animal (limpeza do pasto).

**Fiprotack** é o único produto com tecnologia Nanotech®: formulação exclusiva que permite maior concentração de ativos (5% de Fipronil e 12,5% de Fluzuron) atuando de forma sinérgica, sem agredir a pele do animal, com alta performance de resultado mesmo frente a **carrapatos resistentes** a Clorpirifós, Fluzuron e Fipronil em formulações isoladas ou associadas, tudo isso com baixo período de carência (29 dias).

Faça você também a escolha certa: **Fiprotack** é tecnologia exclusiva Clarion Saúde Animal.



Para mais informações acesse [www.clarionbio.com.br](http://www.clarionbio.com.br)

| @clarionsaudeanimal

Consulte sempre o Médico Veterinário e siga suas recomendações.

# LACBOVI™: DO BALCÃO PARA O COCHO DO CLIENTE.

*Sua revenda tem mais  
um motivo para encantar  
o cliente de balcão.*

*A Tortuga®, uma marca DSM,  
lançou o primeiro produto  
exclusivo para venda de balcão.*

*Lacbovi™ é um suplemento mineral completo,  
com Vitaminas ADE e com Mineral Tortuga®  
de Cromo e com a qualidade dos produtos  
da marca Tortuga®.*

*Para mais informações,  
entre em contato com a empresa  
representante de sua região ou  
pelo SAC 0800 11 6262*



**NOVIDADE  
EXCLUSIVA PARA  
RE VENDAS!**



Uma marca

