

Lançamento
Rota Brasil
AgroRevenda

set/out 2019 • nº 81 • ano XV

AgroRevenda

A Plataforma de Informação do Setor

GRUPO
PUBLIQUE



11ª Convenção AgRoss valoriza sua gente e faz história

Entrevista

O mundo novo de Luiz Cornacchioni

Distribuição

Negócios e multis em alta

Revenda da Vez

A Casa do Criador

Especial: A segunda revolução dos defensivos

Bayer reconhece força da AgRoss com Roundup



An Agricultural
Sciences Company

**É MAIS PRODUTIVO
QUANDO A GENTE
FAZ *Junto***

FMC SOJA

A agricultura está em nosso DNA. Investimos em tecnologia, pesquisa, inovação e estamos sempre ao seu lado para entender o que você precisa.

Este é o nosso jeito, acreditamos que a produtividade vai além de fazer mais, está em fazer junto.

Vem conversar com a gente.

www.fmcagricola.com.br



CAIRO RODRIGUES / PUBLIQUE BANCO DE IMAGENS

Olá leitor!

É com muita satisfação que trazemos a você mais uma edição da sua Revista AgroRevenda, a principal plataforma de informação do setor.

A economia termina o ano com otimismo, embalada pela Reforma da Previdência, juros e inflação em baixa.

O Agro segue bem, com fusões, injeção de capital brasileiro e internacional, intensa evolução na comercialização de insumos e no lançamento de novas tecnologias.

E o Grupo Publique tem o prazer de anunciar uma parceria de solidariedade e ajuda ao Hospital de Amor, de Barretos.

Você vai acompanhar tudo aqui. Assim como a história de uma revenda que é um ícone do segmento, a convenção da distribuidora com 24 anos de sucesso e uma reportagem especial sobre os defensivos, que ajudam a alimentar a população mundial há mais de setenta anos.

Boa leitura!

Riba Velasco
EDITOR

AgroRevenda

A Plataforma de Informação do Setor

PUBLISHER: Carlos Alberto da Silva | MTb 20.330

EDITOR: Riba Velasco | MTb 2.368

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

Márcia Benevenuto
marcia@publique.com
(34) 9.9186.9082 | Skype: marcia_4874

Larissa Vieira | MTb MG 09.513 P
larissa@publique.com
(11) 9.7081.0561 | (34) 9.8801.9971
Skype: larissasarah

REVISÃO: Mylene Abud | MTb 18.572
mylene@publique.com
(11) 9.9595.3213 | Skype: mya_abud

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

AGRO EXECUTIVO DE VENDAS: Paulo Bonanni
comercial@agrovevenda.com.br
(11) 9.9402.7078 | Skype: paulohsbonanni

AGRO ASSISTENTE DE MARKETING: Amanda Gabriela Pires da Silva
(11) 9.9364.1398 | Skype: amanda.g19
publique@publique.com

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

AGRO GESTOR DE AUDIOVISUAL: Cairo Rodrigues
cairo@publique.com
(11) 9.8905.3928 | Skype: cairo@publique.com

AGRO DIRETOR DE ARTE: João Arthur O. R. Cavalcanti
joao@publique.com
(19) 9.9709.1400 | Skype: joao_arthur_cavalcanti

AGRO GESTOR DE MÍDIAS SOCIAIS: Felipe Rodrigues
felipe@publique.com
(11) 9.7082.6508 | Skype: felipe.mateus.rodrigues

AGRO GESTOR DE WEBSITES: José Leandro Arnaldi
leandro@publique.com
(15) 9.9413.2394 | Skype: zleandri

AGRO EDITORA DE VÍDEOS: Jacqueline Moura
jacqueline@publique.com
(11) 9.6079.0671 | Skype: jaqm.videoeditor

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 | Skype: adrianagsbonanni

IMPRESSÃO: Meltingcolor

DISTRIBUIÇÃO DIRIGIDA: A AgroRevenda é uma publicação customizada 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) 3090.5963
www.publique.com • publique@publique.com
www.agrovevenda.com.br
agrovevenda@agrovevenda.com.br

www.agrovevenda.com.br



PRESIDENTE E FUNDADOR: Carlos Alberto da Silva

www.publique.com



UCBVET

Mastizone VS

A solução ideal para o tratamento da mastite no período seco



Antimastítico à base de Gentamicina
indicado para o tratamento da Mastite no momento da secagem

Antibiótico com alta concentração e de amplo espectro de ação

Reduz a incidência de mastite no rebanho, eliminando infecções preexistentes

Melhor regeneração do tecido mamário antes do parto

Previne a ocorrência de novos casos

Fórmula com fácil dissolução e melhor absorção

Cânula Dupla
Versatilidade na aplicação de diferentes raças leiteiras

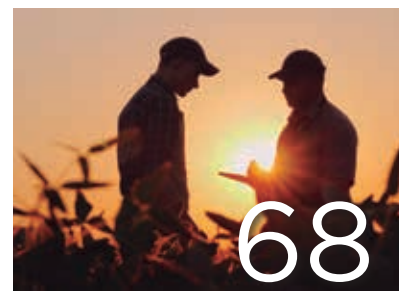




40



08



68



12



76

entrevista	08
Luiz Cornacchioni	
especial	12
A Revolução dos Defensivos	
espaço DSM	24
DSM e Cepea/USP lançam aplicativo	
gestão	25
Hipoteca ou Alienação Fiduciária	
espaço Labgard	26
Pesquisa comprova eficácia acima de 90% do Bovecto Pour On	
espaço Ourofino	28
Capacitação do atendimento é diferencial na Herbipasto	
espaço Connan	32
Novas embalagens Connan: reconhecidas por praticidade e sustentabilidade	
associação	34
Adicosul avança em profissionalização	
empresa	36
YES investe em inovação e sustentabilidade	
Convenção AgRoss	40
AgRoss e FMC: as empresas que pedalam e vencem juntas	
distribuição	48
Fusões e aquisições geram sinergia na distribuição de insumos	
espaço UCBVet	49
UCBVet reúne equipe de vendas na Convenção "Você faz acontecer"	
futuro	50
Dynamic Mindset - As ideias que instigam e transformam	
Lemos & Oshiai Consultoria	53
Agroquímicos, agrotóxicos ou pesticidas?	

negócios	56
Revenda e Distribuição - Uma revolução em andamento	
opinião	61
Seguro Rural para agricultores	
mprado	62
Gestão e tecnologia são aliados do Novo Agro	
markestrat 1	64
Um período chamado História!	
markestrat 2	66
O melhor planejamento para 2020	
markestrat 3	68
Período de Safra de Verão	
treinamento	70
O nosso campo é limpo!	
revenda da vez	72
A Casa que pertence, atende e entende o criador	
parceria	76
Grupo Publique fecha parceria com o Hospital de Amor	
business	78
Os executivos que movimentam a indústria	
caderno prateleira	80
Lançamentos de produtos	
espaço AgRoss	84
"Bayer Cropsience reconhece a AgRoss como o Maior Distribuidor Atacadista de Roundup do Brasil!"	
feiras e eventos	86
Acontecimentos que agitam o setor	
Rota Brasil AgroRevenda	94
As Andanças pelas Revendas do Brasil - Edição Goiás	
por onde andamos	100
As imagens que marcaram o período	

MG12 Panicum PAREDÃO MATSUDA

É A CASA DO BOI, E NÃO DA CIGARRINHA.

ALTA PRODUÇÃO DE FORRAGEM

MAIS CARNE MAIS LEITE

RESISTENTE À CIGARRINHA

MATSUDA

/grupomatsuda
(35) 3539 1800 / MG
(18) 3226 2000 / SP
www.matsuda.com.br

“O AGRO Brasil precisa entender qual produto exportar para um mundo novo”



Há um novo ciclo de crescimento para o segmento em nosso País. A sentença é do diretor-executivo da Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG), Luiz Cornacchioni

Ele tem o pé fincado no Agro brasileiro há quase três décadas. Agrônomo graduado pela Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz da Universidade de São Paulo (ESALQ | USP), com MBA pela Kellogg School nos Estados Unidos. Já são três décadas de experiência nas áreas de papel e celulose, florestas plantadas e no setor sucroalcooleiro, de derivados da cana-de-açúcar. Antes da ABAG, Cornacchioni foi diretor-executivo da Associação Brasileira de Produtores de Florestas Plantadas (ABRAF) e teve postos executivos na Terracal Alimentos e Bioenergia e na Suzano Papel e Celulose, uma das maiores empresas do agronegócio no País e líder mundial no mercado de papel. Além de acumular funções no setor produtivo, Cornacchioni é líder da 'Coalizão Brasil Clima, Florestas e Agricultura', movimento de entidades do agronegócio, cientistas e organizações da área de meio ambiente que trata de questões associadas à mudança climática, propondo o desmatamento zero e a adoção de uma agricultura de baixo carbono.

Perto de completar sessenta anos de idade, Luiz Cornacchioni é diretor-executivo da Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG). A Revista AgroRevenda o encontrou falando a representantes de cooperativas agropecuárias do Brasil inteiro, em Campinas (SP). E o tema da sua palestra, 'Agronegócio – Um momento decisivo', sintetiza o pensamento desse paulista concentrado e que põe muita energia em tudo o que faz. Acompanhe.

AgroRevenda – Como está o ritmo das reformas no Brasil?

LUIZ CORNACCHIONI – Poderia ser mais rápido, mas o que importa é que não há como não fazer as principais. A da Previdência Social é essencial para o País retomar um ritmo normal de crescimento. E na Tributária, temos que avançar, caso contrário a gente não sai deste looping em que estamos há alguns anos. Se olharmos para a evolução real do Produto Interno Bruto (PIB) nos últimos quarenta anos, per capita, a curva é muito baixa. Estamos hoje onde estávamos na década de 1980. Isso mostra porque vivemos nessa situação e não temos conseguido sair. Precisamos voltar a crescer e as reformas são fundamentais.

AgroRevenda - O consumo e o crédito não ajudam?

Não é com incentivo ao consumo e distribuição de recursos que faremos a nossa economia voltar a crescer com força. Estamos em um 'voo de galinha' praticamente desde 2013. Porém, vivemos um período de transição importante, com a sociedade participando mais intensamente de todos os debates. Há muita interação, principalmente por causa das mídias sociais. E, é claro, temos dificuldades para construir consensos e avançar. Mas sou otimista. Temos que resolver nossos problemas com a participação de todos. E termos um olhar diferenciado para as instituições. Executivo, Legislativo e Judiciário. E o Agro tem relação profunda com tudo isso.

AgroRevenda - E o nosso Agronegócio, como está?

O Agro Brasil avançou muito. Quando eu me formei em Piracicaba, na década de 1980, nem de longe imaginava que chegaríamos aonde nossa Agropecuária está hoje. Em quarenta anos, avançamos e temos que ter orgulho. Tecnologia, trabalho e empenho de todos

os brasileiros que atuam no setor nos colocaram como terceira força mundial, a pouco tempo de chegar ao segundo posto. Mas, assim como nosso País, o Agro vive um momento único e precisa continuar avançando.

AgroRevenda - E como fazer?

As coisas estão mudando. Hoje, o setor é de capital intensivo, precisa de previsibilidade para avançar. E isso carece de estabilidade e crescimento econômico. Outro ponto cada vez mais importante são os mercados. Quais sinais importantes eles passam? Temos uma produção enorme, atendemos a um mercado interno de mais de duzentos milhões de consumidores, além do externo com nosso excedente de produção. Porém, os caminhos que tomaremos nas exportações serão indicados pelo mercado externo. Os produtos, as novas gerações, os símbolos etc. Os compradores internacionais não são os mesmos de antigamente. Estive em um evento, em Bruxelas, e o tema era exatamente este: quem é o novo consumidor. Ele é quem vai indicar o que vão querer da gente.

AgroRevenda - Que outros sinais externos o mundo está dando?

Vivemos uma revolução na geopolítica global, um redesenho impressionante de forças. Hoje, 99% dos produtos que os Estados Unidos trazem da China têm alguma sobretaxação. Em 1985, não passavam de 38%. Obviamente, os chineses sabem fazer contas e estão agindo para dar o troco na mesma moeda. Veja, são duas potências responsáveis por quase 40% do produto global brigando. Vai mudar o patamar de preços relativos desses produtos. Dois players grandes fazendo movimentos importantes. Tudo bem que não vão brigar a vida inteira, mas nós, que temos apenas 1,4% do comércio internacional, precisamos saber como nos posicionar para atuar no mercado.

“É necessário analisar como o mercado se comporta e como podemos ser protagonistas em algumas coisas.”

AgroRevenda - Mas o mercado de alimentos vai crescer como nunca, certo? Certamente, a dinâmica mundial de alimentos é crescente e vai impulsionar um novo ciclo para o Brasil. Porém, quando começar essa era, precisaremos levar em consideração como os mercados vão se comportar. A primeira coisa é que o sucesso que trouxe a gente aqui não vai garantir nosso futuro, porque os processos são dinâmicos e temos que olhar alguns fatores primordiais, como novos mecanismos de crédito. Não cabe mais trabalhar apenas com crédito do governo, precisamos do mercado de capitais e financeiro, e das cooperativas de crédito, que serão fundamentais no processo.

AgroRevenda - E as questões ambientais, a sustentabilidade?

A sustentabilidade... É claro para todos que vai fazer diferença, já faz diferença. Se tirarmos da equação essa questão, o negócio não fecha. Vamos ter problemas.

AgroRevenda - O senhor também fala muito de estrutura e conectividade...

Drones, interligações, conexão. Aqui, pensando nisto, tudo fruto do nosso 'não crescimento'. Temos que cavucar um caminho para crescer nesses setores. Nossa estrutura é vergonhosa, temos muito a fazer, não conseguimos manter uma conversa no celular dentro

do carro na Rodovia dos Bandeirantes, perto de São Paulo, a maior e mais rica cidade do Brasil. Imagina nas regiões espalhadas pelo País inteiro. Precisamos evoluir muito neste ponto.

AgroRevenda - E a inovação?

É uma questão que não pode faltar. No Brasil, além das reformas, ganho de produtividade é fundamental para crescer. Crescemos o que crescemos porque fomos ousados desde a década de 1980. E não podemos deixar de fazer inovação. Pesquisa forte, trabalho da Embrapa (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária), das universidades, juntos pela produtividade. Sem isso, não vamos ganhar esse jogo.

AgroRevenda - Como o senhor vê o comércio internacional na atualidade?

Logicamente, em todos os setores, temos uma posição excepcional. E no Agro, atendemos plenamente os consumidores brasileiros e teremos cada vez mais excedente para enviar ao exterior. Porém, é preciso nos inserirmos cada vez mais no cenário internacional. Mas não de uma maneira passiva. É necessário analisar como o mercado se comporta e como podemos ser protagonistas em algumas coisas.

AgroRevenda - Como assim?

O Agro tem por onde se destacar. Eu conversava, um dia, com o embaixador nosso na China, em uma visita da comitiva da Ministra Teresa Cristina (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA), e ele ressaltou exatamente esse ponto. Temos potencial, boa agricultura, ótimos produtores. Dá para fazermos. Basta mudar nosso ambiente de negócios e seguir em frente, pensando diferente.

AgroRevenda - Vamos conseguir?

Precisamos captar a confiança do mundo, dos agentes financeiros, dos

investidores internacionais. Nossa política de 'stop and go' só contraria esse caminho. Nossa expectativa é que a confiança volte, a inflação baixe, a taxa de juros siga caindo. Isso tudo ajuda demais. E, com um presidente equilibrado, melhor ainda.

AR

AGRONEGÓCIO BRASIL EM 2018

- Exportação recorde de US\$ 101,7 bilhões | Aumento de 5,9% sobre 2017
- Embarques para a China cresceram em US\$ 9 bilhões
- Maior exportador mundial de açúcar, café, suco de laranja e soja
- Soja: principal produto exportado | 83,6 milhões de toneladas
- Carne bovina in natura: recorde de 1,35 milhão de toneladas exportadas | China levou 322,3 mil toneladas
- Valor da produção agrícola: R\$ 343,5 bilhões | Seis em 10 municípios estão em Mato Grosso | Primeiro lugar do ranking: São Desidério (BA)



LUIZ CORNACCHIONI

Diretor-executivo da Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG)

- Engenheiro-agrônomo | Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz da Universidade de São Paulo (ESALQ | USP)
- MBA pela Kellogg School nos Estados Unidos
- Ex-Diretor Executivo da Associação Brasileira de Produtores de Florestas Plantadas (ABRAF)
- Ocupou postos executivos na Terracal Alimentos e Bioenergia e na Suzano Papel e Celulose
- Líder da 'Coalizão Brasil Clima, Florestas e Agricultura'



Revendedor, fizemos um canal exclusivo para a sua revenda.

Inscreva-se no Canal AgroRevenda e receba nossas notificações!



Confira mais detalhes.



Assista. Compartilhe.

Canal AgroRevenda

O canal das vendas agropecuárias.

A Revolução dos Defensivos

Eles ajudam a alimentar bilhões de pessoas há anos e, hoje, modernizam as moléculas, estão mais sustentáveis e são a chave para a indústria cativar clientes nas revendas

Eles são usados no campo há mais de quatro mil anos. Em 2.500 a.C., os sumérios já utilizavam o enxofre no combate a insetos. Os defensivos agrícolas são produtos químicos, físicos ou biológicos, usados para defender as lavouras do ataque de insetos, plantas daninhas e doenças. São também conhecidos por agrotóxicos, pesticidas, praguicidas ou produtos fitossanitários. Agrotóxico é o termo utilizado pela legislação brasileira. Um vilão? Longe disso. Foi responsável por uma revolução. Em apenas sete décadas, varreu do mapa a possibilidade de a fome matar e impedir o nascimento de bilhões de pessoas. Quando o mundo já tinha rádio, televisão, cinema e antibiótico, imaginava-se que a população não cresceria muito pela incapacidade do ser humano de produzir toneladas e toneladas de alimentos.

De lá para cá, o Brasil tornou-se líder na utilização de defensivos. Mas também, o terceiro maior exportador agrícola do planeta, terceiro maior produtor de grãos e maior exportador de carne bovina, frango, açúcar, álcool, algodão, celulose, dentre outros. Ou seja, usamos muito porque produzimos muito, em uma área gigantesca e em uma região que é um 'paraíso' para a vida e a procriação de seres vivos, os Trópicos. Porém, se ajustarmos os parâmetros de uso, tudo muda de figura. Somos o sétimo na relação agrotóxicos/quantidade de terras cultivadas, ficando atrás de Japão, Alemanha, França e Reino Unido. Se a análise for pelo volume de alimentos produzidos, caímos para 11º no ranking, depois de Argentina, Estados Unidos, Austrália e Espanha.

Não é uma tarefa fácil alimentar bilhões de seres humanos e animais. Vivem em nosso planeta cem mil espécies de fungos, trinta mil tipos de ervas daninhas, dez mil espécies de insetos e quatro mil de nematoides. Segundo a Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO), esse exército de microrganismos e vegetais devora até 40% do que se planta no mundo, algo perto de quatrocentos milhões de toneladas. Em 2100, a população mundial vai chegar a 11,2 bilhões de habitantes e a turma toda vai precisar comer. Mas, para isto, é fundamental o uso de inseticidas, acaricidas, fungicidas, nematicidas e herbicidas.

Produtos que exigem registro do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente (IBAMA). São classificados pelo grau de toxicidade e agressão ambiental, e necessitam de equipamentos de proteção para os trabalhadores realizarem a aplicação. Como qualquer outra técnica agrícola, não devem ser utilizados isoladamente, mas associados a um contexto conhecido como Manejo Integrado de Pragas (MIP) e Doenças (MID). No entanto, defensivos são caros, representam 30% do custo de produção no campo e exigem um fôlego extra em pesquisa. “Perseguiamos tecnologias de ponta, trabalhamos em novas formulações para beneficiar o produtor brasileiro, o meio ambiente e os organismos vivos. Investimos na inovação atrelada ao desenvolvimento de novas soluções de manejo de pragas, doenças e plantas daninhas, ao lado de renomados cientistas, pesquisadores e consultores técnicos. No âmbito de produtos proprietários, nossa parceria com a Sumitomo Chemical nos permite lançar produtos de alta tecnologia, que irão ajudar o produtor brasileiro a ter um melhor custo/benefício. A indústria global de defensivos agrícolas tem desenvolvido moléculas cada vez mais modernas, usadas em menores doses com maior potência agrônômica, ao mesmo tempo que produzem impactos reduzidos no meio ambiente. Portanto, a evolução está a caminho. Tendência inequívoca em atender às exigências da sociedade, como alimentos mais nutritivos e sustentáveis”, esclarece Celso Macedo, Diretor de Marketing da Nufarm para a América Latina, empresa que possui um portfólio de 50 produtos, além de outros em desenvolvimento ou registro, para diversas culturas.

E dá-lhe ciência para aumentar a eficiência dos produtos e diminuir os custos de produção. “O melhor caminho é a agricultura sustentável, investir em potencial produtivo do plantio à fase reprodutiva. Na última safra, por exemplo, lançamos o Fox, fungicida com ação sistêmica e que combate as principais doenças da soja, do algodão, dos cereais de inverno, do girassol e do milho. O uso é simples e traz proteção superior”, explica a equipe técnica da Bayer.

Dois movimentos vêm marcando os avanços do Agro para a obtenção de lavouras mais produtivas e que vençam os inimigos da própria natureza. Primeiro, o fortalecimento das próprias plantas. “Plantas bem nutridas e estruturadas apresentam maior vigor e são mais resistentes a doenças e pragas. A Yara possui resultados de pesquisas que comprovam o efeito da nutrição com cálcio solúvel, cobre e nitratos, para plantas e solo. Mas ressaltamos que é recomendado o tratamento fitossanitário baseado em criteriosa prescrição agrônômica, sendo a nutrição de alta qualidade agente na formação de plantas saudáveis”, indica Guilherme Schmitz, especialista agrônomo da Yara.

A outra evolução consistente vem do desenvolvimento e da oferta de produtos biológicos, que cresceu mais de 70% no Brasil em 2018. “Os biológicos oferecem novas e interessantes opções aos produtores rurais. São importantes ferramentas para um melhor controle de pragas e o manejo da resistência de pragas inseticidas”, avalia o coordenador-geral de Agrotóxico e Afins do MAPA, Carlos Venâncio. Nos últimos anos, medidas desburocratizantes foram adotadas para que a fila de registros de defensivos ande mais rápido no Brasil. O objetivo é aprovar novas moléculas, menos tóxicas e

mais ambientalmente corretas, substituindo os produtos antigos, além da liberação de produtos genéricos. Pela lei, nenhum produto atual pode ser registrado com toxicidade maior do que os existentes no mercado. O objetivo é alimentar a população crescente de forma sustentável. E o MIP é um conjunto de ferramentas que visa ao melhor manejo de uma determinada praga, começando pelo planejamento agrícola e pelas técnicas utilizadas nas safras. E os defensivos agrícolas podem estar associados a diferentes técnicas do MIP, sendo usados desde o tratamento de sementes até a prevenção ou controle de pragas durante o desenvolvimento da cultura, quando é determinado o tipo de defensivo utilizado, seja químico, físico ou biológico. Isto aumenta a produtividade, preserva a biodiversidade e reduz a pegada de carbono da agricultura.

E a tecnologia avança. Segundo a Embrapa, o MIP reduz aplicações de defensivos em quase 50%, tornando os alimentos mais baratos para o empresário rural e para o consumidor. “Os produtos fitossanitários são seguros e comercializados apenas depois de registrados e cadastrados. Um processo rigoroso, com padrões internacionais”, garante o agrônomo José Otávio Menten, do Conselho Científico para Agricultura Sustentável (CCAS), da Associação Brasileira de Educação Agrícola Superior (ABEAS), Mestre, Doutor e Pós-Doutor, além de professor da Universidade de São Paulo (ESALQ/USP). “Estamos convencidos de que o futuro será marcado por avanços tecnológicos contínuos em produtividade e sustentabilidade, graças ao avanço da biotecnologia, dos biodefensivos e de agroquímicos cada vez mais seguros ao homem e ao meio ambiente. Por isso, os biológicos já integram o nosso portfólio”, emenda Celso Macedo.

Uma opção que também embala a Bionat, um segmento biológico lançado recentemente pela Kimberlit Agrociências. São seis linhas de produtos, a grande maioria de produção própria, e uma parte de terceiros, desenvolvidos ao lado da Embrapa, ESALQ-USP e Instituto Biológico de São Paulo. Linhas de inseticidas microbianos, à base de bactérias e fungos, além de outros que atuam como potencializadores da ação dos produtos biológicos. Mas o novo negócio alerta que a integração de tecnologias ainda é vital. “Dependemos dos químicos para o controle de pragas e fitopatógenos. Não podem ser vistos isoladamente, mas como estratégias complementares de controle que integram os programas de MIP ou MID, esclarece Marcos Roberto Conceschi, Doutor em Entomologia e Pesquisador em Microbiologia da Kimberlit Agrociências.

“Sempre defendemos a adoção integrada de tecnologias, com biológicos complementando o tratamento químico. O mercado segue essa tendência. Por isso, a Bayer vem investindo em pesquisa e desenvolvimento de produtos biológicos em nível global, visando a integrá-los ao seu portfólio de defensivos. Isto também tem sido feito por meio da aquisição de empresas e startups com expertise em produtos à base de bactérias e fungos benéficos, visando tanto ao controle de pragas e doenças quanto a incrementos diretos no crescimento e vigor das plantas. Como o fungicida e bactericida Sere-nade®, para 15 doenças específicas, podendo ser recomendado para mais de 60 culturas agrícolas”, acrescentam os profissionais da Bayer.

Porém, toda esta revolução só vai fazer sentido se obtiver resultados práticos nos elos finais da cadeia, da distribuição, que são os pontos de

venda e as propriedades rurais. Com uma rede de distribuição de mais de 250 empresas em todo o território nacional, a Bionat estruturou a equipe comercial no formato de consultoria, para vender e orientar o cliente sobre a melhor maneira de utilizar os recursos biológicos dentro do MIP. “É um atendimento profissional que se traduz no uso adequado das ferramentas biológicas, aumentando a eficiência de controle de pragas e doenças a um custo igualmente equilibrado e competitivo”, resume Marcos Conceschi. A mesma trajetória escolhida pela Bayer, que mantém uma rede de distribuição de 550 parceiros, sendo 430 distribuidores e 120 cooperativas. “A questão de segurança dos produtos no campo é muito importante. Promovemos o gerenciamento de risco em todas as fases do ciclo de vida dos produtos. Realizamos palestras, treinamentos e disponibilizamos diversos materiais educativos aos distribuidores e agricultores sobre armazenamento, transporte, tecnologia de aplicação, uso correto, segurança e cuidados com a saúde do aplicador rural, destinação final das embalagens vazias e equipamentos de proteção individual (EPI)”, complementa o board da Bayer.

Atitude semelhante à da Nufarm, em parceria com mais de 300 empresas, incluindo revendas e cooperativas. Investindo em programas como Nufarm Care e TecNufarm, encontros de pesquisadores, professores de universidades, agricultores e distribuidores. “Apresentamos e debatemos programas de tratamentos de doenças, pragas e plantas daninhas e inovações desenvolvidas pela empresa na área. E oferecemos soluções para o agricultor em pastagem, recursos digitais, uso de drones, ingredientes ativos indicados ao controle”, decreta Celso Macedo.



Celso Macedo - Diretor de Marketing da Nufarm para a América Latina.



Guilherme Schmitz - Especialista agrônomo da Yara.



Marcos Roberto Conceschi - Doutor em Entomologia e Pesquisador em Microbiologia.



O diferencial do controle biológico

Um dos maiores especialistas em controle biológico do mundo, José Roberto Postali Parra, é professor titular do Departamento de Entomologia e Acarologia da Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” (ESALQ/USP), e um

dos precursores do manejo integrado de pragas no Brasil. Ele se dedica ao controle biológico há mais de quatro décadas e falou como está a prática hoje no Brasil e no mundo. E quais as expectativas para os próximos anos.

AgroRevenda - Como vê o desenvolvimento do uso do controle biológico no Brasil e no mundo?

Existe uma euforia mundial em torno da agricultura sustentável. O controle biológico como componente deste

sistema vem aumentando no mundo na ordem de 10% a 15% ao ano. No Brasil, especialmente para micro-organismos (fungos, vírus, bactérias, etc.), este número está até maior do que no resto do mundo. Entretanto, existem muitos desafios a serem transpostos para nossa agricultura, baseada em sistemas de produção com grandes áreas e considerando-se a cultura do agricultor brasileiro voltada para agroquímicos. Especialmente para macro-organismos, a disponibilidade de insumos biológicos é ainda um grande problema, ao lado da transferência de tecnologia para um agricultor não acostumado a trabalhar com biológicos.

AgroRevenda - O manejo integrado de pragas e doenças vem ganhado espaço. O que ainda falta para ser mais utilizado?

O MIP (Manejo Integrado de Pragas) é a filosofia ideal de controle de pragas. Entretanto, em muitos casos, ainda é teórico e, como dizem os norte-americanos, tem muito pouco “I” neste IPM (Integrated Pest Management), ou seja, temos pouca integração de métodos sendo utilizada na prática. Na Austrália, existem excelentes resultados em algodoeiro. No Brasil, o MIP se baseia, na maioria dos casos, em utilização de nível de dano econômico da praga, às vezes com feromônios, rotação dos princípios ativos de agroquímicos, plantas geneticamente modificadas e, em muitos poucos casos, utilização de produtos seletivos. A cultura de citros tem um bom programa de MIP para controle do HLB (Greening), embora utilize muito inseticida nas áreas comerciais.

AgroRevenda - Quais os maiores entraves para o uso dos biológicos pelos agricultores brasileiros?

Ainda existem poucas empresas com

produtos de qualidade e o portfólio delas, especialmente para macro-organismos, é pequeno. Para micro-organismos, a situação é melhor, pois além da maior semelhança com agroquímicos para aplicação (o agricultor se identifica mais com eles), eles são mais fáceis de serem produzidos e têm o chamado “tempo de prateleira”, diferente de macros, que precisam ser utilizados logo após a emergência dos inimigos naturais. Outros problemas, como monitoramento e liberação em grandes áreas, vêm sendo resolvidos com a utilização de drones e aviões, além de métodos mais modernos de monitoramento de pragas.

A massa crítica na área de controle biológico é ainda pequena para novos programas inter e multidisciplinares. A logística de armazenamento e transporte, considerando-se as grandes extensões territoriais do País, é um outro sério problema, que só será melhorado com a profissionalização das empresas produtoras de insumos biológicos. Entretanto, ainda persiste a cultura de agroquímicos do agricultor e faltam insumos alternativos disponíveis, havendo a necessidade do surgimento de novas empresas que se dediquem à formulação de micro e à produção automatizada de macro-organismos. Vejo um futuro promissor para o controle biológico, desde que esses obstáculos sejam transpostos.

AgroRevenda - Como está o desenvolvimento de novos inimigos naturais?

Esta é uma área diferente, pois não se têm buscado novos agentes de CB (Controle Biológico), a despeito da nossa rica biodiversidade. Um Centro de CB está para ser criado na Escola de Agricultura “Luiz de Queiroz” (ESALQ/USP), em conjunto com a Koppert e a FAPESP (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo), visando à busca de

novos agentes de CB. Os pesquisadores devem ser incentivados, pois o desenvolvimento de um produto biológico pode ser demorado e, para chegar ao agricultor, depende de ações inter e multidisciplinares. O do *Trichogramma galloi*, hoje utilizado em mais de 2 milhões de ha para controlar *Diatraea saccharalis*, teve início em 1984 e foi lançado para o agricultor em 2000.

AgroRevenda - Qual o manejo ideal para o controle de pragas e doenças na agricultura tropical, considerando-se também o menor impacto ao meio ambiente e à saúde?

É o manejo integrado de pragas, ou seja, um conjunto de medidas que visa a manter as pragas abaixo do NDE (Nível de Dano Econômico), levando-se em conta critérios econômicos, ecológicos e sociais. Existem alguns mitos sobre o CB e um deles é que deveria resolver isoladamente o caso de pragas. Entretanto, na maioria das vezes, ele deve ser considerado como um componente do MIP.

AgroRevenda - O que podemos aprender com o controle biológico desenvolvido em outros países?

Na utilização em grandes áreas, temos muito pouco a aprender, pois os grandes resultados são em casas-de-vegetação. O nosso desafio é realmente desenvolver (estamos fazendo isso) um modelo de CB para a região tropical, como fizemos com a nossa agricultura nos últimos 40 anos. Sem ser pretencioso, é lógico que há sempre algo a aprender e muitos trabalhos básicos têm sido desenvolvidos em parceria com as principais universidades do mundo, mas a parte mais aplicada devemos desenvolvê-la com os nossos pesquisadores, adequada à nossa realidade.

Corteva: a aposta biológica da líder!

A atual líder mundial em defensivos de origem biológica iniciou neste ano, na matriz norte-americana, uma parceria com a MicroMGx para a criação de uma plataforma de identificação de novos agentes para o desenvolvimento de produtos naturais, além de adquirir 30% da Lavie Bio, empresa da Evogene que desenvolve pesquisa em produtos biológicos agrícolas. A ideia é ter no portfólio produtos desenvolvidos exclusivamente para o mercado brasileiro. "Temos hoje o Rizotec, solução biológica para a cana-de-açúcar, comercializado a partir de uma parceria com a Stoller, firmada exclusivamente para a distribuição deste nematicida", contou Christin Plufg, líder de Tratamento de Sementes da Corteva para América Latina.

A solução à base do fungo *Pochonia chlamydosporia* (Cepa PC-10) é a única registrada pelo MAPA. "No início do ano, firmamos uma parceria comercial com a Stoller, líder mundial em nutri-

ção foliar de plantas, fisiologia vegetal e em soluções biológicas, exclusivamente para a distribuição do Rizotec no mercado de cana-de-açúcar, que auxilia no manejo de nematóides e elimina uma grande quantidade de ovos e de fêmeas, e que age tanto para a cana planta como para a cana soca. A parceria foi a estreia global da Corteva no mercado de biológicos para o controle de nematóides. Desde o princípio, nossa intenção era de, a partir do Brasil, expandir nossa oferta para outros países neste segmento. Também estamos desenvolvendo produtos que, no curto prazo, estarão disponíveis no Brasil, a base de spinosinas – resultado da fermentação de bactérias do solo – para proteger as plantações dos danos causados por insetos, como o Inatreq™ Active, para o controle de fungos no trigo e na banana", acrescentou Christin.

E para cuidar da distribuição das novas soluções, a Corteva Agriscience utiliza o seu programa Boas Práticas Agrícolas, que leva conhecimento, orientação e capacitação a milhares de agricultores e profissionais. Entre as ações, está o programa 'Expedição Agricultura para a Vida', o caminho que percorre o país treinando produtores, agrônomos, consultores e profissionais que lidam com o cultivo. E o 'Programa de Aplicação Responsável', que destaca as boas práticas agrícolas na aplicação de defensivos. "Queremos melhorar a eficiência da tecnologia de aplicação por meio da correta manutenção e calibração dos pulverizadores no campo, da escolha criteriosa do tamanho de gotas e do volume de aplicação, além da verificação das condições climáticas no momento das aplicações. Assim, os produtores otimizam suas operações, reduzem perdas e melhoram sua produtividade", arrematou.

AR



Robinson Cannaval Junior - Diretor do Grupo Innovatech.

Indústria vai investir em soluções integradas de produtividade

“A evolução da biotecnologia, as transformações climáticas, a mudança do comportamento dos consumidores, de maneira isolada, poderiam vir a ter um impacto significativo sobre o setor do agronegócio. Porém, em conjunto, poderão redefinir a estrutura, a conduta e o desempenho das empresas no segmento. O mercado de insumos agrícolas tem assistido a grandes movimentações. Fusões e aquisições entre grandes players da indústria no exterior. Aquisições de distribuidores tradicionais por investidores estratégicos e fundos no Brasil. Ainda assim, o mercado brasileiro de insumos é bas-

tante fragmentado. Os cinco maiores distribuidores são responsáveis por apenas 6% do mercado. O restante se divide em cooperativas (27%), venda direta (25%) e a soma de outros distribuidores (42%). Nos Estados Unidos, os cinco maiores distribuidores são responsáveis por 39% do mercado.

O Brasil é o principal mercado mundial de defensivos agrícolas, mas seu uso é mais eficaz aqui que em outros países produtores. O volume comercializado de fertilizantes tem aumentado em praticamente todas as safras, mas a participação de empresas brasileiras

nesse mercado vem decrescendo desde 2016. De acordo com os dados da Associação Nacional para Difusão de Adubos (ANDA), 2018 fechou com 35,7 milhões de toneladas de fertilizantes entregues, sendo 23% de produtos nacionais. Em 2016, a porcentagem foi de 27% para 33,5 milhões de toneladas. A oferta de fertilizantes no Brasil está concentrada em quatro fornecedores e um deles entrou com pedido de recuperação judicial no primeiro trimestre deste ano.

Os fertilizantes especiais, de alto valor agregado, têm tido um crescimento de

18% ao ano, muito acima do mercado como um todo. Este segmento já movimentava quase R\$ 8 bilhões, dos quais 70% vêm de fertilizantes foliares. Apesar do forte componente de importação e da concentração de fornecedores, os preços de fertilizantes não têm conseguido acompanhar o dólar nos últimos anos. O mercado segue de perto os preços da soja com a relação sacas de soja por toneladas de produto estáveis entre 2014 (19,8) e 2018 (20,6).

Nos fatores externos, as pressões biológicas, regulatórias e jurídicas colocam em xeque a continuidade do uso do glifosato, principal defensivo químico para a agricultura. Porém, ainda não existem produtos que possam substituí-lo com igual eficácia. O assunto é delicado e deve ser visto de vários prismas. São apurados quase 500 casos de ervas daninhas resistentes ao glifosato no mundo e, neste ano, a empresa responsável recebeu condenações no montante de cerca de US\$ 2,3 bilhões por danos à saúde de pessoas expostas. Alguns países têm

estudado banir o uso do glifosato por pressões ambientais. A Alemanha já anunciou o início da descontinuidade no uso do herbicida, que deve ser totalmente banido do país até 2023. Contudo, o banimento do glifosato também pode ter efeitos ambientais negativos, como a pressão pelo aumento de área cultivada, o aumento de emissões de gases de efeito estufa (menor eficiência na produção e transporte de alimentos) e o aumento do uso de defensivos menos eficazes.

Os produtores brasileiros têm buscado cada vez mais alternativas para a redução de custos com defensivos agrícolas. Como consequência, produtos genéricos e uso de controle biológico de pragas têm tido destaque. Em 2015, os genéricos tinham uma fatia de 38% dos defensivos. Apenas dois anos depois, em 2017, já correspondiam a 51% do mercado.

É preciso que os players estejam, então, cada um em sua área (produtores agrícolas, distribuidores e indústria),

atentos a uma série de perguntas, como o que o mercado quer (desde os concorrentes até o consumidor final), as tendências de consumo do produto direta e indiretamente, além de acompanhar as tecnologias existentes e as novas que chegam ao setor.

A chamada “agricultura 4.0”, trazendo tecnologias que prometem reduções de até 90% no volume de aplicações de alguns produtos, pressionará a indústria a rever seus modelos de negócio. Uma hipótese é que, ao invés de vender litros ou quilos de produto, a indústria terá que pensar o seu negócio como provedor de soluções integradas de produtividade. O Brasil é um grande mercado de fertilizantes e defensivos, porém movimentações recentes e novas tecnologias aumentam a complexidade de competição neste mercado. E os players, tanto a indústria como os distribuidores de insumos e os produtores do agronegócio, que quiserem se manter, terão que encarar esses novos fatores determinantes e se preparar para esse mercado em constante mutação”.



Participe do
nosso programa
e traga de volta
na bagagem uma
experiência única.



Beijing

- Visita às instalações da Rotam
- Ciclo de palestras sobre suprimento
- Conheça os pontos turísticos e a culinária milenar

Para saber mais procure um representante Rotam ou visite www.rotambrazil.com.

Rotam do Brasil Agroquímica



www.rotambrazil.com



Cresce o número de registros aprovados em 2019

O MAPA autorizou o registro de 24 defensivos agrícolas biológicos e orgânicos em 2019.

Para uso em lavouras diversas, como batata, soja, feijão, milho, algodão, morango, maçã, pera, uva, maracujá, melancia, abacaxi, cacau etc. Outros 359 genéricos também foram registrados, sendo 23 à base de ingredientes ativos novos de origem químico ou biológica. Tudo para aumentar a concorrência e diminuir os preços dos defensivos e os custos de produção. Também cresceu o número de registros novos, com 382 concedidos neste ano, sendo 214 produtos técnicos, ou seja, destinados exclusivamente para o uso industrial.

DEFENSIVOS BIOLÓGICOS

- ✓ Crescimento de 70% em 2018
- ✓ 24 defensivos agrícolas biológicos e orgânicos registrados em 2019

MERCADO BRASILEIRO DE INSUMOS

- ✓ Cinco maiores distribuidores brasileiros têm 6%
- ✓ Cooperativas; 27%
- ✓ Venda direta: 25%
- ✓ Soma de outros distribuidores: 42%
- ✓ Nos EUA, os 5 maiores distribuidores respondem por 39% do mercado

VOLUME COMERCIALIZADO DE FERTILIZANTES | ANDA

- ✓ 2016: 33,5 milhões de toneladas | 27% de produtos nacionais
- ✓ 2018: 35,7 milhões de toneladas de fertilizantes | 23% de produtos nacionais
- ✓ Oferta concentrada em quatro fornecedores | Um deles entrou com pedido de recuperação judicial no primeiro trimestre deste ano

Além de 168 produtos formulados, dos quais 24 biológicos e/ou orgânicos. Cerca de 48% de produtos formulados autorizados não são efetivamente comercializados por uma decisão das empresas detentoras dos registros. O aumento ocorreu devido a ganhos de eficiência possibilitados por medidas desburocratizantes implementadas nos órgãos aprovadores nos últimos anos. Atualmente, são mais de dois mil produtos na fila para serem avaliados e o prazo legal para a liberação é de quatro meses. Há produtos que estão na fila há mais de oito anos. O objetivo de fazer 'a fila andar' no Brasil é justamente para aprovar novas moléculas, menos tóxicas e que causem menos impacto ao meio ambiente.

FERTILIZANTES ESPECIAIS

- ✓ Mercado cresce 18% ao ano
- ✓ Movimenta R\$ 8 bilhões
- ✓ 70% de fertilizantes foliares

TOTAL INVESTIDO EM AGROQUÍMICOS POR TONELADA PRODUZIDA

- ✓ 1º lugar: Japão | US\$ 97
- ✓ 2º lugar: Coreia do Sul | US\$ 27
- ✓ 3º lugar: Itália | US\$ 23
- ✓ 4º lugar: Alemanha | US\$ 23
- ✓ 5º lugar: França | US\$ 22
- ✓ 13º lugar: Brasil | US\$ 9

TOTAL INVESTIDO POR ÁREA CULTIVADA

- ✓ 1º lugar: Japão | US\$ 1.133/ha
- ✓ 2º lugar: Coreia do Sul | US\$ 342/ha
- ✓ 3º lugar: Alemanha | US\$ 235/ha
- ✓ 4º lugar: França | US\$ 206/ha
- ✓ 5º lugar: Itália | US\$ 187/ha
- ✓ 6º lugar: Reino Unido | US\$ 172/ha
- ✓ 7º lugar: Brasil | US\$ 139/ha
- ✓ 8º lugar: Espanha | US\$ 79/ha

O mito chamado Agroquímico

O que existe de verdade sobre estes produtos na análise do professor Caio Carbonari, da Universidade Estadual Paulista (UNESP), pós-doutor e livre docente em Agronomia e Proteção de Plantas.



Caio Carbonari

AgroRevenda - O Brasil é o líder mundial no uso de agrotóxicos?

Sim, quando comparamos apenas o valor total comercializado no mercado. Porém, quando comparamos o consumo por área, ficamos atrás de países como Japão, Coreia do Sul, Alemanha, França, Itália e Reino Unido. O consumo brasileiro é compatível com o ambiente de produção tropical que favorece a ocorrência de pragas, plantas daninhas e doenças.

AgroRevenda - O que isto significa?

Mesmo usando menos defensivos proporcionalmente, temos níveis elevados de produtividade e posição de destaque mundial na produção sustentável de alimentos, fibras e bioenergia, o que mostra que temos feito a "lição de casa" quanto ao desenvolvimento de sistemas cada vez mais sustentáveis de produção e manejo de pragas, plantas daninhas e doenças.

AgroRevenda - O uso de defensivos agrícolas é indiscriminado no País?

Os indicadores mostram um uso seguro. E, de 2002 a 2015, vêm caindo continuamente os riscos para o consumidor, o trabalhador e o meio ambiente, estando compatíveis ou inferiores aos observados em muitos países desenvolvidos.

AgroRevenda - Teríamos a mesma produtividade na produção de grãos sem os defensivos?

Na escala que produzimos, não. Mas é possível trabalharmos continuamente pela redução dos riscos e pela legalidade do uso dos defensivos, o que vem sendo feito no Brasil. Se quisermos aprimorar a abordagem, podem ser estabelecidas metas para a redução dos riscos.

AgroRevenda - Como combater a visão distorcida sobre os defensivos?

Devemos continuar trabalhando para disponibilizar informações corretas e confiáveis, construídas a partir do conhecimento técnico e científico, e colocá-las à disposição da nossa sociedade.



PRODUTOR – USE BEM!

- ✓ Consulte a bula antes da aplicação
- ✓ Olho vivo na manutenção e na regulagem do pulverizador
- ✓ Auxilie sua aplicação com adjuvantes
- ✓ Mantenha a limpeza dos equipamentos
- ✓ Faça o levantamento de pragas e o manejo integrado

set/out 2019

DSM e Cepea/USP lançam aplicativo

“Mais Arroba” é a grande novidade da edição do Tour DSM de Confinamento lançado pela Tortuga para revendas e pecuaristas



A Tortuga, marca da DSM de suplementos nutricionais para bovinos, equinos e pequenos ruminantes, em conjunto com o Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada - Cepea, ligado à ESALQ/USP, anuncia o lançamento do aplicativo “Mais Arroba”, uma ferramenta inédita que chega para ajudar os pecuaristas a melhorarem a gestão da produção em confinamentos. Disponível para download gratuito em sistemas Android e iOS, a equipe de especialistas da área de Ruminantes da DSM atuou para o desenvolvimento das informações zootécnicas disponíveis na ferramenta, enquanto as questões financeiras (custos, rentabilidade etc.) ficaram a cargo do time do Cepea.

O aplicativo é a grande novidade da quinta edição do Tour DSM de Confinamento,

maratona de dias de campo que irá avaliar cerca de 23 mil animais em sete eventos, incluindo cinco etapas mais o lançamento e o encerramento, em quatro estados: São Paulo, Mato Grosso do Sul, Rondônia e Goiás.

O “Mais Arroba” é uma ferramenta completa de simulação para todos os fatores zootécnicos e econômicos/financeiros que influenciam os resultados do confinamento. A partir de dados inseridos pelos produtores, é possível simular os ganhos produtivos dos animais, os custos operacionais (boi magro, dieta, sanidade etc.), a rentabilidade e a taxa de retorno mensal (em reais), entre outros fatores.

Além disso, o aplicativo fornece aos usuários uma série de indicadores financeiros monitorados pelo Cepea,

como o preço da arroba por região e os custos médios (abrangência nacional e para as cinco regiões do Brasil) que incidem nesse sistema produtivo, além dos resultados de todas as 35 etapas das quatro edições do Tour DSM de Confinamento realizadas até esse ano, que avaliaram mais de 100 mil bovinos. “Como a pecuária brasileira é bastante heterogênea pelas condições climáticas e pelos custos variáveis dos insumos, os confinadores enfrentam realidades muito diferentes para produzirem nas principais regiões de pecuária do País e, a partir de agora, têm no aplicativo ‘Mais Arroba’, da DSM e do Cepea, um aliado importante para buscar mais rentabilidade nos sistemas intensivos”, comenta o gerente de categoria Confinamento da área de Ruminantes da DSM, o zootecnista Marcos Baruselli. 

Hipoteca ou Alienação Fiduciária

Qual a melhor garantia para proteger as negociações dentro do Agronegócio?

Karoline Miranda – Advogada especialista em Crédito, Direito Corporativo e Compliance | Instagram: @karol_miranda_advogada



Sempre me fazem a “pergunta de ouro”: qual delas é a mais eficiente para proteger as negociações? Cada tipo de garantia possui características e particularidades a serem analisadas. Na hipoteca, não há transferência da propriedade, há somente o registro do gravame hipotecário em cartório, indicando que o imóvel foi cedido em garantia para satisfazer a obrigação contraída. Nesta modalidade, o devedor pode alienar esta matrícula e ainda ofertar a mesma em garantia para terceiros.

Na alienação fiduciária, é realizada a transferência do imóvel pelo devedor ao credor, ou seja, o devedor perma-

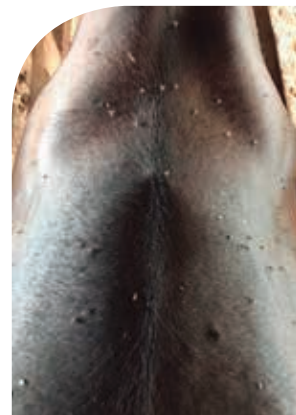
nece com a posse do imóvel (posse direta), porém, o bem deixa de ser de titularidade do devedor, mas só é ingressada no patrimônio do credor (que possui a posse indireta) se o mesmo se tornar inadimplente seguindo alguns trâmites mais simples que na hipoteca. Na alienação fiduciária, a propriedade cedida em garantia poderá ser executada sem afetação de uma recuperação judicial. Porém, nem sempre a alienação fiduciária irá garantir satisfação, tendo em vista um aspecto de subjetividade da lei, ficando o critério do magistrado determinar que o bem permaneça na posse da recuperanda, quando este imóvel consistir bem essencial para a sub-

sistência e continuidade dos negócios do devedor.

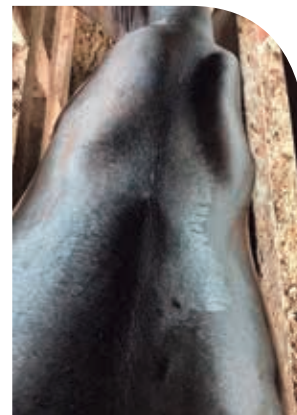
É importante analisar os trâmites de execução dessas garantias em caso de inadimplemento. Na hipoteca, deverá ingressar com ação de execução, sendo necessário recolher custas iniciais, honorários, entre outros, até o julgamento final da ação. Já na alienação fiduciária, o trâmite pode ser extrajudicial, sendo mais ágil a consolidação da propriedade em nome do credor. É possível dizer que a alienação fiduciária traz mais agilidade e eficiência, porém, diante de alguns aspectos, ainda não é uma garantia com proteção absoluta para a satisfação do crédito. 

Pesquisa comprova eficácia acima de 90% do Bovecto Pour On

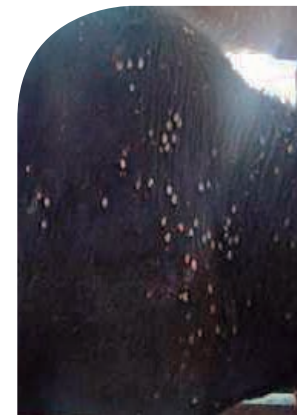
Bovecto Pour On é um ectoparasiticida que combate carrapatos, bernes, moscas, ácaros e piolhos, sendo uma excelente opção para revendas e pecuaristas.



D0 – Incidência de mosca-dos-chifres no dia zero do grupo tratado com Bovecto Pour On.



D7 – Incidência de mosca-dos-chifres sete dias após a aplicação do Bovecto Pour On.



D0 – Incidência de carrapatos no dia zero do grupo tratado com Bovecto Pour On.



D7 – Incidência de carrapatos sete dias após a aplicação do Bovecto Pour On.

Três estudos conduzidos pelo Doutor e Médico Veterinário Lucas Shigaki de Matos, responsável pela monitoria de pesquisa clínica da Labgard Saúde Animal, nos centros de pesquisas Gaia (Uberlândia – MG) e Nowavet (Viçosa – MG), demonstraram a eficácia do ectoparasiticida BOVECTO POUR ON para controle e tratamento das infestações causadas em bovinos por carrapatos, mosca-dos-chifres e bernes. BOVECTO POUR ON ainda possui Geraniol em sua fórmula, que é um óleo essencial com ações de repelência e carrapaticida, e contém quatro ativos: Cipermetrina, Clorpirifós, Geraniol e Butóxido de Piperonila.

No caso dos carrapatos, vinte animais foram selecionados e separados de acordo com a infestação pela espécie *Rhipicephalus (Boophilus) microplus*, sendo 10 do grupo controle e 10 tratados com BOVECTO POUR ON. As contagens foram realizadas com base no número de carrapatos presentes no animal em 1, 3, 7, 14 e 21 dias após o tratamento. O estudo demonstrou

que os animais tratados com BOVECTO POUR ON tiveram uma quantidade de carrapatos próximo a zero e que o produto os manteve em baixa infestação até 21 dias após o tratamento (eficácia de 92%).

Já com a mosca-dos-chifres, vinte animais foram selecionados para o estudo, sendo metade do grupo controle e a outra metade tratada com BOVECTO POUR ON. Contagens do número de mosca-dos-chifres (*Haematobia irritans*) foram realizadas nos dias 0, 01, 03, 07, 14, 21 e 28 após a aplicação do produto. A infestação foi controlada até 28 dias após o tratamento dos animais com BOVECTO POUR ON e a eficácia do produto para controle da mosca-dos-chifres nos animais tratados foi acima de 92% até 21 dias após a aplicação.

Em bernes (*Dermatobia hominis*), o estudo selecionou vinte animais, sendo dez do grupo controle e 10 tratados com BOVECTO POUR ON. Foram feitas contagens do número de bernes dois dias e um dia antes da aplicação

do produto, para a separação dos grupos de forma homogênea, assim como nos dias 04, 07, 14 e 21 após a aplicação. Os animais do grupo tratado com BOVECTO POUR ON tiveram o total controle da incidência de bernes até 21 dias após a aplicação do produto.

“A formulação alcançou uma excelente eficácia carrapaticida, mosquicida e bernicida, de 90% a até 100%. A necessidade de reaplicação do produto varia devido ao grau de infestação da propriedade. Importante salientar que é importante sempre seguir a orientação do Médico Veterinário. Não foram observadas alterações dermatológicas, nem sinais de intoxicação ou efeitos adversos nos bovinos. Os excelentes resultados destes estudos possibilitam recomendar o BOVECTO POUR ON, na dose e via indicadas em bula. Consequentemente, com o controle desses ectoparasitos, que são grandes entraves à cadeia produtiva de carne, leite e couro, os animais terão um melhor desempenho produtivo”, resumiram os pesquisadores.

AR

BOVECTO POUR ON

LABGARD

ANTIPARASITÁRIO EXTERNO

Fórmula com 4 ativos:
Cipermetrina • Clorpirifós • Geraniol • BPO



Carrapaticida



Mosquicida



Bernicida



Sarnicida



Piolhica



Repelente

Dois grupos químicos com mecanismos de ação diferentes:

Organofosforado e Piretróide

Produtividade,
Confiança
e INOVAÇÃO



10mL
TRATAM
100kg



LAB3

labgard.com.br

/Labgard

WhatsApp (19) 9 9994-3344

@labgard.vet



Capacitação do atendimento é diferencial na Herbipasto

Loja parceira da Ourofino realiza treinamentos e mantém a equipe atualizada para promover vendas consultivas

Herbipasto (Paranavaí - PR) - Seis anos de parceria com a Ourofino.

A qualificação da equipe é ferramenta para um bom atendimento e o diferencial estratégico da agorrevenda Herbipasto, de Paranavaí, na região noroeste do Paraná. Fundada há seis anos, a parceira da Ourofino Saúde Animal mantém encontros focados na capacitação e motivação dos profissionais de campo e balconistas. O resultado é uma consultoria, além da venda, que leva à maior fidelização de clientes. De acordo com Valmor Berdasol, sócio da empresa, o

objetivo de treinar constantemente os integrantes da equipe é garantir, principalmente, um atendimento personalizado. “Desenvolvemos encontros técnicos e motivacionais também para certificar que o cliente seja atendido em suas reais necessidades no campo”, explica.

Além de soluções farmacêuticas de parceiros, a Herbipasto possui no portfólio uma linha de nutrição animal em conjunto com a Cooperativa Agrária

de Guarapuava. Todos os produtos são voltados para a realidade da região em que a empresa atua, forte na produção de leite e carne bovina. A diversidade da oferta, associada às boas práticas da revenda, impacta uma sólida base de clientes. “Os resultados têm sido excelentes por conta desse trabalho constante de profissionalização da equipe de vendas, além da força das soluções que ofertamos, como das reconhecidas linhas da Ourofino”, afirma Berdasol. Ele também

pontua que os treinamentos constantes são o alicerce para o crescimento e o sucesso de qualquer empresa, pois interferem diretamente na capacidade de seus colaboradores. “É um meio de superar padrões e elevar a qualidade dos serviços, assim como de facilitar o intercâmbio de conhecimentos e novidades do setor”, complementa.

André Thomson, coordenador regional da Ourofino Saúde Animal no Paraná, reforça que a Herbipasto é uma das

revendas que mais crescem no estado. “O bom desempenho é consequência do propósito de manter preparadas as equipes de campo e balcão. A confiança é maior, gera vendas e parcerias com os médicos-veterinários que atuam na região, dando força ao trabalho de campo”, afirma.

Uma força no processo de capacitação da equipe são as ferramentas que auxiliam no acesso às informações sobre as soluções disponíveis para cada um

dos desafios da agropecuária. Na Herbipasto, o aplicativo Ourofino é utilizado constantemente. “O sistema é uma extensão do departamento técnico da indústria e está à disposição de todos”, diz Thomson. A plataforma está aberta aos interessados nas lojas virtuais do Google e da Apple. Com diversas funcionalidades, o aplicativo oferece conteúdo técnico e, ainda, uma calculadora para mensurar o impacto dos protocolos de Indução à Lactação e de Inseminação Artificial em Tempo Fixo. **AR**

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

Novas embalagens Connan: reconhecidas por praticidade e sustentabilidade



Com o novo layout, as embalagens da Connan foram premiadas na categoria “Design Gráfico – Produtos em geral”, do prêmio ABRE 2019, promovido pela Associação Brasileira de Embalagem, que teve como tema: Sustentabilidade. Lançadas em fevereiro, as embalagens se destacam pelo seu sistema visual funcional.

O gerente de tecnologia e marketing da Connan, uma das principais indústrias de nutrição animal do Brasil, Márcio Bonin comemora o prêmio: “O reconhecimento do ABRE confirma a nova fase da Connan, que está focada em atender a todas as demandas que facilitem a rotina do cliente”.

Cada elemento da sacaria foi pensado de forma a facilitar o acesso e a compreensão de quem faz o manuseio do produto, construindo recursos visuais intuitivos e garantindo sua visibilidade em todas as faces da embalagem. Assim, mesmo empilhadas, as embalagens também mostram as informações essenciais do produto, como: marca, tipo de criação do animal, produto, especificação, clima e fase do animal.

Além disso, para garantir segurança e legibilidade, a impressão de todas in-

formações presentes na sacaria foi feita nela própria, sem a utilização de etiquetas. Assim, garante que não haja perda de informação, já que etiquetas podem descolar ou desgastar.

As novas embalagens também se aproveitam deste momento de nova identidade da marca, ao saírem do tradicional branco para explorar toda a paleta de cores da empresa. O novo design, das cores ao grafismo, traz um aspecto mais clean e moderno às sacarias.

Esse período de renovação e mudança da marca não vem por acaso. Dentro de um ano, junto à criação das novas embalagens, já apresentou um aumento de 348% nas vendas de produtos com a tecnologia exclusiva da marca. Além disso, o interesse das pessoas em representar a empresa também subiu, gerando um aumento de 15% na equipe.

Promovida pela Associação Brasileira de Embalagem, desde 2001, a premiação é a mais importante do segmento e tem como objetivo eleger as embalagens que se destacam com excelência em qualidade, tecnologia, funcionalidade, design e inovação. O prêmio reconhece os players que se destacam em

soluções que facilitam a rotina do consumidor e que possuem engajamento com o futuro da embalagem.

Surgimento da ideia e planejamento

“A mudança da sacaria surgiu a partir de um estudo que promovemos para reformular o portfólio da empresa. A ideia era deixá-las mais modernas e intuitivas para nossos clientes e equipe. E foi exatamente isso o que fizemos”, recorda Bonin.

As mudanças no layout das novas embalagens fizeram as sacarias passarem a ter mais informações para auxiliar na escolha do produto, indicando por cor e grafismo o tipo de criação, a fase do animal, se o produto é apropriado para chuvas ou seca, e a tecnologia usada no seu desenvolvimento.

Dessa forma, a Connan pretendeu preencher uma lacuna existente nas antigas embalagens que dificultavam o manuseio do produto no estoque. Antes, eram muito parecidas, o que exigia mais tempo para identificação, escolha e separação do produto. 

EMBALAGENS RECONHECIDAS COM O PRÊMIO ABRE 2019

- * Informações palpáveis e de fácil entendimento
- * Cores diferentes para ajudar na escolha do produto
- * Modernas e intuitivas



Adicosul avança em profissionalização

Distribuidores de Insumos Agropecuários do Centro-Oeste e Sul de Minas Gerais estão preparados para atender produtores mais exigentes a cada dia



Um trabalho que entra no 17º ano de olho em qualificar, profissionalizar e tornar cada vez mais séria a atuação dos distribuidores da região. E atender melhor os agricultores e pecuaristas que, a cada dia, ficam mais sérios, exigentes e capazes. Esta é a plataforma de trabalho da Associação dos Distribuidores de Insumos Agropecuários do Centro-Oeste e Sul de Minas Gerais (Adicosul), criada em 2003 e que, hoje, congrega 64 CNPJs, que atendem a 314 municípios do estado, principalmente em lavouras de soja, café e hortifrúti, além de outras culturas menores. A sede fica em Alfenas.

O trabalho é comandado pelo presidente Danilo de Andrade, proprietário da 'Terra Nova Insumos'. E coordenado por uma mineira de Serrania, cheia de energia, graduada em Zootecnia e Administração de Empresas pela Universidade Federal de Alfenas. "Co-

mecei no agro e imediatamente me apaixonei. Entrei na entidade já no ano seguinte à fundação. E, nesse tempo todo, conseguimos superar os desafios apostando na profissionalização do negócio e dos próprios produtores. Avancamos para atender melhor, aperfeiçoar a gestão, agregar valor aos nossos produtos. Não é simplesmente vender, e sim entregar todo um serviço. Incrementar dentro do nosso portfólio", explica Juliana Pimenta, coordenadora executiva da Adicosul.

Ela afirma que a entidade é muito atuante e se destaca por ter uma postura diferenciada na área de fiscalização. "O objetivo é antecipar-se aos problemas. De forma preventiva, com orientação. Sou especialista em armazenagem de insumos e visitamos todas as lojas, explicamos aos distribuidores o que é necessário e prudente fazer, ajudamos com a parte estrutural, tudo. É um tra-

balho contínuo. Além disso, realizamos reuniões periódicas a cada dois ou três meses, em média, sem falar na participação em diversas câmaras técnicas". Juliana integra a Câmara Técnica de Agricultura, de Grãos, Café, e ainda participa de vários projetos ao lado da Secretaria Estadual do Meio Ambiente de Minas Gerais e da Associação dos Distribuidores de Insumos Agrícolas do Cerrado (ADICER), do mesmo estado.

Outra questão vitoriosa é a Central de Negócios, que, há anos, foi incorporando a compra conjunta de produtos pelos membros da entidade. "No início, foi muito difícil. Era uma ação pioneira no Brasil inteiro, não existia nem a AgriRede (associação que envolve quase cinquenta distribuidores das regiões Centro-Oeste, Sudeste e Sul do País e é presidida pelo empresário Oswaldo Abud Rocha Filho), que foi criada nos moldes da nossa central.



Danilo de Andrade - Proprietário da 'Terra Nova Insumos' e Presidente da Adicosul.

Também inovamos ao lançar a pesquisa da distribuição, antes mesmo da ANDAV (Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agropecuários e Veterinários). Precisávamos quantificar o nosso cenário. Sabíamos quantos produtores comercializavam conosco, mas por meio apenas dos distribuidores. Pensamos que tínhamos que obter informações extremamente confiáveis, vindas diretamente do setor. E a pesquisa, que começou assim, hoje é um sucesso no Brasil inteiro", relembra.

Uma das maiores metas para os próximos anos é implementar a unificação da Adicosul e ADICER. "São duas entidades especialistas em áreas diferentes e, ao mesmo tempo, extremamente complementares. A união formal será uma forma de melhorar e levar maior excelência a esses serviços, assessorando com mais eficácia os associa-

dos", fala Juliana. Ela adianta que o processo deve ficar pronto até o fim do ano. "Será uma associação estadual, uma das mais atuantes do Brasil. E motivo de grande orgulho para a nossa gente. Temos um projeto unificado, como o 'Ademais Minas', mas manteremos as nossas identidades, que são muito bem definidas. Seguiremos juntas, porém com as individualidades preservadas.

A ideia surgiu ao observarmos as necessidades comuns das duas associações. O projeto consiste nos principais pleitos das duas entidades. Entre eles, a negociação com os órgãos ambientais, o trabalho do 'Campo Legal', que consiste em combater os produtos falsificados e roubados, a jornada de vinte anos da ADICER e os quinzenais da Adicosul", acrescenta Juliana Pimenta.

Pois a apaixonada Juliana já definiu bem como é trabalhar com prazer e, até por isso, identifica facilmente e com coragem os desafios futuros da distribuição de insumos agropecuários e veterinários. "Amo o que eu faço. Mais do que trabalhar, atuo todos os dias em algo que adoro e tenho muito prazer. A minha dedicação à Adicosul é integral. Acredito muito nisto. Busco excelência na associação ao lado de todos. A partir de agora, o principal desafio do segmento é acompanhar os anseios dos novos consumidores, que querem comprar produtos de qualidade. Precisamos produzi-los em

grande escala. Orientar a cadeia de produção a usar bem todos os insumos para sermos reconhecidos como produtores de qualidade. A produção no Brasil é feita por produtores e empresas especializados. Em um futuro próximo, ainda não será possível produzir em grande escala sem usar os agrotóxicos. Logo, precisamos orientar o uso destes insumos. É o nosso grande desafio", afirma resoluta. **AR**

Adicosul

- Fundada em 2003
- Danilo de Andrade – Presidente (Terra Nova Insumos)
- 64 CNPJs | 314 municípios em Minas Gerais
- Produtores de soja, café, hortifrúti e culturas menores



JULIANA PIMENTA
Coordenadora executiva da Adicosul

Graduada em Zootecnia e Administração de Empresas | Universidade Federal de Alfenas (MG)

Integra a Câmara Técnica de Agricultura, de Grãos e Café da Secretaria de Agricultura de Minas Gerais

Participa de projetos ao lado da Secretaria Estadual do Meio Ambiente de Minas Gerais

Atuação na Associação dos Distribuidores de Insumos Agrícolas do Cerrado (ADICER)

“O principal desafio do segmento é acompanhar os anseios dos novos consumidores, que querem comprar produtos de qualidade.”

YES investe em inovação e sustentabilidade

Empresa quer aumentar produção para exportar mais e atender revendedores e distribuidores pelo Brasil inteiro

São apenas onze anos de vida. Mas com uma energia de tirar o fôlego. Média de crescimento anual que passa de 30%. Para 2019, a meta é atingir 34%. No ano passado, exportou 27% da produção. E os planos são firmar ainda mais a presença no Brasil e na América Latina, além de avançar na Europa e na Ásia. Oferecendo aditivos para substituir antibióticos promotores de crescimento e promovendo a segurança alimentar com mi-

nerais orgânicos, adsorventes, controle de contaminação e promotores de imunomodulação, prebióticos, Golf, blends, leveduras e derivados. A Yes é uma empresa 100% brasileira, fundada em 2008, e, desde lá, investe em aumentar a eficiência dos sistemas digestivo e imunológico de aves, suínos, ruminantes e peixes. O sistema de comercialização é feito em sua maioria por representantes e distribuidores (71%). As vendas diretas respondem por 29% do total.

Em 2016, foi adquirida pelo Fundo Aqua, que atua no Brasil, na América Latina, nos Estados Unidos e na Europa, investindo em empresas de transporte e logística, laticínios, grãos, vinhos e agronegócio. Mantém quatro plantas de produção, em Lucélia, Novo Horizonte (em parceria) e Borá, no interior paulista, e Conceição da Barra (parceria), no Espírito Santo. E dois centros de logística e distribuição, em Lucélia e Londrina (PR). A matriz

funciona em Campinas (SP). No total, possui 200 colaboradores. As fábricas de Lucélia e Borá se destacam por certificações de processos produtivos e pela busca por inovação e sustentabilidade. E garantem cobiçadas certificações para a Yes, como a conquista da Patente Verde, concedida pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) para novas tecnologias voltadas à preservação do meio ambiente. Graças ao processo de produção altamente sustentável de minerais, que proporcionam aos animais aproveitamento de praticamente 100% dos nutrientes e baixa geração de resíduos, é a única empresa do mundo produtora de minerais orgânicos que possui a Patente Verde. Na América Latina, a Yes foi a primeira empresa de nutrição animal a receber a chancela, em um tempo recorde de dois anos, já que no Brasil a obtenção da patente pode levar até 10 anos. A empresa também possui, desde 2018, a certificação GMP+, internacionalmente reconhecida como um selo que atesta a qualidade, a segurança de alimentos e garante aos consumidores que os ingredientes são manipulados de maneira responsável em toda a cadeia de fornecimento. A certificação abre portas principalmente aos mercados europeus e asiáticos, que consideram essa norma um item obrigatório.

As unidades de Lucélia, com a produção de minerais, leveduras e derivados, e Borá, para levedura e derivados, atendem ao padrão da norma GMP+, que contempla os requisitos exigidos por HACCP/APPCC (Análises de Perigo e Pontos Críticos de Controle), GMP/BPF (Boas Práticas de Fabricação), clientes e legislações nacionais e europeias. No Brasil, o certificado foi concedido a 197 companhias, sendo a Yes a quarta empresa a receber a certificação em aditivos (feed additives). Operando 12

“Crescimento da produção vai acompanhar o crescimento das vendas.”

Leonardo Lopes Ferreira
Diretor de Operações

meses por ano, a unidade de Lucélia, instalada em um terreno de 100 mil m², sendo 30 mil m² de área construída, tem eficácia produtiva de 20 mil toneladas de mistura e seis mil toneladas de secagem por ano. Conta com 140 colaboradores – 100 na fábrica e 40 no IBC (Centro de Distribuição) –, que possui 17.000 m². “Utilização de cascas, polpa, todos os materiais que permitam alcançarmos as melhores soluções em biotecnologia para os nossos clientes. Também produzimos soluções a partir de outros organismos, como soja, açúcar e mais 38 matérias-primas utilizadas no processo. E levedura própria. Sem falar que a usina ao lado da planta de Lucélia faz fertirrigação da lavoura de cana com resíduos do processo da nossa indústria. Enfim, buscamos autossuficiência energética e na matéria-prima”, contextualiza José Eduardo Capoa, Supply Chain da Yes.

E um laboratório completo de microbiologia garante o exame de todas as amostras recolhidas no processo industrial, incluindo o novo projeto Yes-mycNIR para controle de antibióticos e contaminação de micotoxinas em grãos. Um serviço on-line e on time com os maiores fornecedores. “Aqui, pesquisamos a melhoria em todos os processos e, ainda, estudamos pelo menos doze novos produtos para futuros lançamentos. Sem falar no programa de modulação da microbiota intestinal, para melhorar ainda mais o desempenho zootécnico na pro-



Unidade de Lucélia - 6 mil toneladas de secagem por ano.



Laboratório completo de microbiologia controla antibióticos e contaminação de micotoxinas em grãos.



Em Borá, produção em 2020 vai alcançar 17 mil toneladas safra.



Centro de Distribuição com 17.000 metros quadrados.

dução animal. Tudo com o apoio de universidades reconhecidas, como a Universidade de São Paulo (USP), a Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e a Escola de Agronomia da USP (ESALQ), em Piracicaba”, detalha Juliana Bueno, Gerente de Pesquisa e Desenvolvimento.

Com planos de expansão de pessoal para 2020, a unidade de Borá possui 12 mil m² construídos em 20 mil m² de terreno, e conta com 21 colaboradores, número que pode chegar à marca de

60 no próximo ano. Os planos de crescimento se refletem também na capacidade produtiva, que, em 2019, será de 5 mil toneladas/safra e, em 2020, de 17 mil toneladas/safra. As unidades funcionam em três turnos, o ano todo, sete dias por semana. Junho e setembro são os meses de maior produção. Quando chove menos, a disponibilidade de matéria-prima das usinas torna-se estável. Neste ano, a Yes bateu recorde de produção em todas as unidades, inclusive Novo Horizonte (SP) e Conceição da Barra (ES), recebendo matéria-prima de 35 usinas em um raio de 200km.

“Nosso Plano Diretor prevê, até 2023, o crescimento da produção para acompanhar o crescimento das vendas. E, assim, permitir nossa expansão na Região Nordeste do Brasil e nas vendas externas”, reforça Leonnardo Lopes Ferreira, Diretor de Operações. Pelo jeito, vêm por aí outros vários anos de vida e energia sem fim.

LINHA DE PRODUTOS

- LANÇAMENTO: GLUCANGOLD (betaglucanos purificados, que estimulam o sistema imune do animal)
- PREBIÓTICOS
- YES-GOLF | GLUCAN MOS | YES-MOS
- MINERAIS QUELATADOS: YES-MINERALS | YES-PROTEGG
- ADSORVENTES: YES-FIX HP | YES-FIX R | YES – FIX
- BLENDS: YES-BOV | YES-BEEF | YES-MILK | YES-AQUA RESISTANCE
- LEVEDURAS: YES-LIFE YEAST | YES-HIDROLISED YEAST | YES-LEVEDURA SECA | YEAST CELL WALL

YES

- Empresa de biotecnologia em nutrição animal | Fundada em 2008
- Pertence ao Fundo de Investimentos Aqua Capital desde 2016
- Matriz em Campinas (SP)
- Quatro plantas de produção: Lucélia (SP), Novo Horizonte (SP), Borá (SP) e Conceição da Barra (ES)
- Dois centros de Logística e Distribuição: Lucélia (SP) e Londrina (PR)
- Desenvolve e produz aditivos, como adsorventes de micotoxinas, prebióticos, minerais orgânicos, blends e derivados de leveduras
- Objetivo: melhorar o desempenho e a saúde dos animais
- Atua em todo o Brasil | Exporta para mais de 30 países | Presente na América Latina, África e Ásia.

A SUA ATIVIDADE PECUÁRIA ESTÁ CONSUMINDO O SEU LUCRO?

Nosso conhecimento em levantamento de informações e nosso relacionamento com todos os elos da cadeia agropecuária nos permite elaborar análises profundas para auxiliar os investidores/produtores a entenderem a dinâmica do mercado e identificarem possíveis impactos em seus negócios.

São estudos e consultorias sob medida, com total subsídio para se protegerem dos riscos e maximizarem lucros.

Entre em contato e descubra o que a Scot Consultoria pode fazer pelo seu negócio.

servicos.scotconsultoria.com.br
17 3343 5111

SCOT
CONSULTORIA



Ronaldo Pereira - CEO da FMC para as Américas
Luiz Rossi - Presidente da AgRoss

A 11ª Convenção AgRoss, com patrocínio da FMC, “Orgulhosamente Pedalando Juntos”, reúne todos os realizadores da AgRoss em sua sede em Campinas, SP

Foram dois dias de trabalho, emoção, voluntariado, congratulamento e diversão, propiciados por resultados positivos na comercialização de insumos agropecuários pelas equipes de realizadores de duas empresas reconhecidas no segmento e que estão juntas há mais de duas décadas. Este foi o saldo da 11ª Convenção AgRoss - “Orgulhosamente Pedalando Juntos”, realizada nos dias 4 e 5 de outubro. Depois de promover encontros em outros lugares do Brasil e em países como Uruguai, México, Chile e República Dominicana, desta vez a ideia foi reunir todos os realizadores que integram o Time AgRoss no Hotel Premium, em Campinas (SP). Gente de diversos estados e municípios, como Carazinho (RS), Lins (SP), Campinas (SP), Cariacica (ES), Recife (PE), Pouso Alegre (MG) e Sete Lagoas (MG). “Foi a melhor experiência da minha vida. Fazer um relacionamento vivo, efetivo, caloroso com todos os realizadores. Isso motiva a gente, motiva as vendas, motiva todo mundo”, avaliou emocionado Luiz Rossi Neto, criador da AgRoss.

O encontro começou na noite de sexta-feira, com uma palestra do professor, antropólogo e comentarista de televisão, Luiz Marins. Ele já foi vendedor de tratores nos Estados Unidos e, atualmente, atua como produtor rural, além de ter escrito 31 livros. Marins falou sobre as capacidades que efetivamente impulsionam o ser humano em direção ao trabalho, sucesso e à realização. “Temos que investir em nossa vontade, ter energia, empurrar o nosso corpo e a nossa mente para a frente. É bem mais importante o poder da vontade, do querer realmente, do que a inteligência, já que esta apenas aponta a melhor opção, sem conseguir ter o poder de nos colocar efetivamente e fisicamente no caminho da transformação”, apontou. O pensador também falou bastante sobre a economia e o agronegócio do País. “Apesar de toda a crise econômica que passamos de 2014 para cá, o Brasil ainda é a oitava economia do mundo. E somos o único considerado capaz de produzir 40% de todo o alimento que será necessário para a população mundial, que cresce a um ritmo de duzentas mil pessoas nasci-

das por dia. Temos terra, água, clima e tecnologia. O agronegócio brasileiro é a salvação do planeta”, apontou. Marins ainda destacou a integração crescente que vem marcando o campo e a cidade e o perfil dos empresários rurais de nosso País. “Diferentemente das nações europeias e da América do Norte, os jovens brasileiros atuam em massa no setor e ajudam a produzir mais de uma tonelada de grãos por safra para cada habitante brasileiro. E tudo vem sendo ajudado pela interação entre a fazenda e a zona urbana. Hoje, o agro é ainda mais urbano que rural. As cidades sediam universidades, fábricas de pneus, tratores, indústrias de insumos, laboratórios, tudo que ajuda o agro nacional a se tornar invencível. Precisamos acreditar porque esta é a realidade. Tudo é possível, basta querer e entender que o caminho terá dificuldades. E se comprometer com os resultados do produtor rural brasileiro”, exaltou Luiz Marins.

“Temos terra, água, clima e tecnologia. O agronegócio brasileiro é a salvação do planeta”

Luiz Marins
Antropólogo, produtor rural e motivador



O sábado, segundo dia da convenção, começou de um jeito diferente e divertido. Luiz Rossi e o sócio Renivaldo 'Vado' Montagnana entraram no auditório pedalando uma bicicleta de dois lugares, ao som de uma música animada, para conclamar todos e enaltecer o trabalho conjunto e a confiança como molas propulsoras de todo negócio bem-sucedido. "É muito bom poder mostrar o que é a AgRoss. É motivação pura. Pedalando Juntos", afirmou Luiz. "Não é apenas um slogan. É um estilo de vida e trabalho, pensado e consagrado", emendou 'Vado'. Na sequência do encontro, começou a apresentação da rotina de trabalho e os novos projetos de todos os departamentos e realizadores da AgRoss. A primeira a falar foi Camila Diniz, do Recursos Humanos, que detalhou os vários benefícios e programas de retenção de talentos que a empresa mantém em nome de uma equipe coesa, produtiva e satisfeita. Plano de saúde, vale alimentação, cartão para remédios, plano de carreira, premiações, parceria com universidades etc. Na sequência, Letícia Porto, do Departamento Pessoal, complementou as informações sobre as atividades burocráticas legais ligadas junto aos realizadores da AgRoss.

Logo depois, o setor de Tecnologia da Informação foi o destaque, com a fala de Fernando Ornaghi. Ele falou sobre as atividades e soluções desempenhadas por recursos computacionais da AgRoss e lembrou projetos, como o 'iTouch AgRoss', lançado em 2011, a 'TV AgRoss', de 2015, e o 'e-AgRoss', do início deste ano.

Nos intervalos de cada apresentação, o jornalista Luiz Ceará apresentava vídeos com depoimentos emocionados de parentes de realizadores espalhados por todo o Brasil. Esposas, maridos e filhos, falando sobre a alegria de par-

ticipar da Equipe AgRoss, provocando reações emocionadas de todos os que estavam na plateia. "Quando a gente gosta do que faz, do ambiente de trabalho, do convívio com os colegas, acaba envolvendo toda a família. E isso é muito bom", comentou Ricardo Michelone, Gerente de Vendas da unidade de Campinas, dezessete anos de trabalho, que acompanhou o recado gravado e exibido da esposa, Adriana Fátima de Souza Michelone.

No espaço que coube à Logística, Ângelo explicou como funciona o armazenamento e transporte de produtos agroquímicos, a segurança de operação com os armazéns verticais e a distribuição da mercadoria para revendas do Brasil inteiro. É a espinha dorsal do nosso trabalho, mantendo 53% do quadro de realizadores da empresa. Ângelo ainda reforçou a importância dos treinamentos para aperfeiçoar a atuação da equipe, os investimentos em novas tecnologias, a adequação e a ampliação das unidades, como os armazéns de Campinas e Pouso Alegre, a modernização da identificação com o uso de QR Code e o aperfeiçoamento das comandas eletrônicas.

Patrícia Viana, Gerente Jurídico AgRoss, abordou o trabalho preventivo realizado pelo setor para atender às normas legais estabelecidas para seu ramo de atividade, cuidando das áreas trabalhista, contratual, crédito e garantias, ambiental, compliance e controller. "O principal objetivo é garantir segurança às rotinas corporativas e prevenir litígios", afirmou Patrícia Viana.

O departamento Financeiro foi apresentado por Cibele Leite, Gerente de Finanças, com onze anos de casa. "Eu comecei como assistente e só tenho a agradecer por tudo o

que conseguimos conquistar juntos", concluiu Cibele.

Dados contabilizados, registrados e arquivados com responsabilidade pelo setor Fiscal e Contabilidade. Essa foi o tema central da explanação de Sandra Kimura. "Precisamos manter cuidado e atenção constante a todas as informações tributárias, realizando o gerenciamento das operações que se referem ao Grupo", explicou Sandra Kimura.

Depois, João Tafner, Gerente de Marketing e Vendas, falou sobre os projetos que a empresa implementou nos últimos anos, de olho em criar uma imagem que refletisse com fidelidade a competência e o alto grau de serviços da corporação. Como a TV AgRoss, as redes sociais, os programas de fidelização e vendas, a exemplo do 'AgRoss Troque e Ganhe', da 'Plataforma interativa', da 'Grande rodada virtual' e do 'Top 20 AgRoss'. "Mantemos foco total em agradar cada vez mais nossos clientes e ser reconhecidos por todos eles e o mercado inteiro como excelência", garantiu João Tafner.

Por último, Vladimir Marino, da Divisão de Grandes Negócios, mostrou a todos os resultados obtidos até agora com as novas ações. "É uma nova visão, uma atuação diferenciada para a AgRoss com o suporte de Barter e um departamento voltado para mercado de cereais, café e fruticultura. Começamos em junho deste ano e a área já representa 6% do faturamento da empresa no período", revelou Vladimir Marino. E Luiz e Vado voltaram a pedalar a bicicleta em torno de todos os participantes da convenção, para agradecer o entendimento em torno dos novos desafios. "Eu fico muito satisfeito de participar de uma empresa tão sólida, integrada por nada menos do que 160 famílias. Isso me emociona muito. Conheci

peças dessas famílias hoje, aqui, e foi ótimo. Uma empresa moderna se faz assim, não olhando apenas para a parte lucrativa. Obrigado por tudo", emendou Luiz Rossi. "Obrigado, pessoal, pela companhia e pelo esforço", reforçou 'Vado'.

A AgRoss é FMC!

As atividades da segunda parte da manhã foram ocupadas por executivos e colaboradores da FMC, que falaram sobre o trabalho que vem desenvolvendo ao lado da AgRoss nesses anos todos. A abertura coube a Elenice Franco, porta-voz da FMC na AgRoss há dezesseis anos. "É muito gratificante estar ao lado desta equipe vibrante, que está sempre pensando em criar coisas diferentes. Todos vocês têm paixão pela vida, pelo trabalho. Não é uma empresa, e sim uma grande família. É uma história de sucesso, prova do sincronismo das duas empresas", afirmou. "É muito legal estar aqui, ter as portas abertas para nossa participação. Sou casado com uma professora de História e a história faz parte da minha vida. Como tudo o que aconteceu nestes 22 anos. Isto aqui é um verdadeiro MBA em gestão, organização e colaboração. A AgRoss é muito maior

do que eu imaginava. É de um poderio fantástico. Mantemos uma equipe de trinta profissionais junto da AgRoss no campo e é como percorrer uma jornada em uma bicicleta gigante", declarou Ricardo Almeida, Diretor Comercial da FMC, fazendo analogia com o início da manhã. A participação histórica da parceira na Convenção chamou a atenção do engenheiro-agrônomo Ronaldo Pereira, CEO da FMC para as Américas. "Nunca estive antes com a equipe completa da AgRoss e senti essa energia. Eu tenho visto muitas equipes vencedoras e cheguei à conclusão de que um time coeso bate qualquer time de estrelas. A palavra 'junto' tem um significado especial para nós. Queremos fazer juntos, pois assim chegamos mais longe. A história da AgRoss tem sido assim, transformando a companhia", declarou Ronaldo Pereira. O executivo ficou contagiado pelo clima do encontro e abriu sua fala lembrando os tempos de infância, em Londrina (PR). "Já fui office boy e vendi paçoquinha nas ruas da cidade quando era criança. E o meu pai até me incentivava. Graduei-me em Engenharia Agrônoma e já atuei pela FMC no Brasil, México e, agora, pela segunda vez, nos Estados Unidos. Nesse tempo todo, aprendi a valorizar fatores como amizade, confiança, trabalho conjunto.

Isso faz a FMC ser muito feliz em fazer parte da história da AgRoss. Fazemos quando temos confiança. A amizade e a confiança no outro lado ajuda muito", completou Ronaldo Pereira.

Uma mensagem que foi endossada por Luiz Rossi. "A superação coletiva está acima da superação individual. A palavra, o segredo, é empatia. Ver o mundo com os olhos do outro. Entender o outro é o lema da AgRoss. E três pessoas são fundamentais neste processo: o Cliente AgRoss, o Fornecedor AgRoss, como a FMC, e o Realizador AgRoss. Somos uma família que cultiva a generosidade. E temos orgulho de, assim, termos tecido um fio invisível que une a AgRoss e a FMC há 22 anos", sentenciou.

Outros colaboradores da FMC também fizeram questão de enaltecer os laços que unem as duas empresas e que servirão de norte para os próximos anos. "Temos vários planos para executar. Investir em vendas aos clientes TOP 10 e TOP 20, aumentar as vendas de diversos produtos e participação de portfólio, investir em mais eventos de conexão com a AgRoss, promover ações de campo, desenvolvimento de produtos biológicos, aumentar a penetração no mercado de café, HFs e

“Queremos fazer juntos. Assim, chegamos mais longe. A história da AgRoss tem sido assim, transformando a companhia,”

Ronaldo Pereira
CEO da FMC para as Américas



cereais, além de atuação permanente com os Centros de Distribuição da AgRoss no Brasil”, enumerou Elenice Franco. “O Luiz é uma liderança inspiradora, possui seu DNA espalhado em todos os realizadores da empresa. Sou uma privilegiada por estar aqui. Não somos clientes, somos parceiros. E as duas empresas têm muito em comum. Culturas muito semelhantes, que privilegiam a lealdade como palavra-chave”, declarou Maria Lúcia Murinelli, Diretora de Recursos Humanos da FMC e 35 anos de empresa.

11ª Convenção AgRoss

A tarde de sábado proporcionou a todos os participantes três horas de atividades e dinâmicas de relacionamento, ajuda, trabalho em equipe e respeito pelos colegas. Para todos os realizadores da AgRoss. A primeira proposta foi uma tarefa distante do dia a dia de todos. A montagem conjunta de dezessete bicicletas, dentro da proposta 'Mãos à Obra / Oficina Colaborativa'.

Uma tarefa que durou uma hora, envolvendo todos em um ambiente de colaboração técnica e participativa, modelo semelhante ao vivido pelas equipes de trabalho em modernas corporações. “Quando você não conhece algo, fica difícil executar aquela tarefa. Sem conhecimento, não é fácil. Mas quando atuamos juntos, em equipe, as soluções se apresentam. Uns sabem mais, outros menos. E todos podem ajudar. A experiência dos outros é que serve, é que vai te ajudar”, analisou Andersson Souza, de Lins, ao final da dinâmica.



“Foi um verdadeiro MBA em gestão, organização e colaboração. A AgRoss é muito maior do que eu imaginava. Mantemos uma equipe de trinta profissionais junto da AgRoss no Campo. É como percorrer uma jornada em uma bicicleta gigante.”

Ricardo Almeida - Diretor Comercial da FMC

“Eu nunca tinha montado uma bicicleta, mas encaramos o desafio mesmo com receio. Penso que fomos em frente para aprender e ajudar. Depois que fizemos, ainda fomos ajudar os outros. No dia a dia, não conhecemos a fundo o trabalho de todos os colegas. E o importante é que cada um faz o que precisa. E todos devem auxiliar quando for necessário”, comemorou Camila Diniz, de Campinas.

Logo na sequência, as bikes foram doadas para a Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE), entidade de mais de 50 anos e com mais de duas mil casas espalhadas pelo Brasil. Em Campinas, são dois mil jovens, crianças e adultos atendidos pela entidade. Uma entrega efetivada ali mesmo, ao final do exercício, recebida por algumas das crianças que visitaram a Convenção. “É uma empre-

sa que ajuda a APAE de Campinas há muito tempo. Hoje, eles fazem a diferença pelas atitudes de solidariedade que promovem, como esta”, agradeceu sensibilizada Eliane Trevisan Nogueira, diretora pedagógica da APAE de Campinas.

A 11ª Convenção AgRoss terminou à noite, com um jantar especial e um show de quase três horas do cantor Leo Chaves, que também é produtor rural na Região do Triângulo Mineiro. Ele cantou diversos sucessos da dupla que manteve com o irmão Vítor e outros clássicos da música sertaneja brasileira. “Eu nunca vi um evento assim em trinta e cinco anos de atividades que tenho dentro do agronegócio. É um privilégio para cada um de nós que está aqui compartilhar momentos de ajuda, amizade e parceria. Foi um aprendizado espetacular. E tudo foi

realizado por vocês. Um fim de semana intenso, um desafio de negócio vencido. Parabéns a todos”, discursou Alceu Ikeda, Gerente Comercial da FMC. “Não foi fácil trazer todos os facilitadores AgRoss à Convenção. O Brasil é muito grande, temos gente em todos os cantos do País. Mas pensamos que é importante o realizador saber mais das estratégias, entender um pouco mais dos nossos objetivos para os próximos dez anos. Com a ajuda da FMC, certamente, essa foi a melhor de todas as onze convenções. Reunimos motoristas, o Financeiro, gente do Nordeste, tivemos a participação da equipe inteira. E a gente percebe a satisfação do nosso realizador em fazer parte do nosso time”, comentou satisfeito Luiz Rossi. Quando você tem uma boa ideia, acredita no que faz e executa bem, o resultado só poderia ser muito positivo”, reforçou Renovaldo Montagnana (Vado).

História AgRoss



Vado Montagnana e Luiz Rossi Neto - Tivemos a ideia, acreditamos e executamos.

A AgRoss nasceu em 1997, com a união de Luiz Rossi Neto e Renovaldo 'Vado' Montagnana. Trabalho inicial duro, com os dois vendendo, descarregando e entregando. A empresa cresceu acompanhando a evolução extraordinária do Agro do Brasil. E firmou uma posição de pioneirismo dentro do mercado de redistribuição agrícola ao inovar em produtos e serviços

para as revendas. Uma história renovada em 22 anos, com lançamento de soluções como o Programa de Treinamento Móvel (PTM), o Agrônomo de Balcão, o iTouch AgRoss, a TV AgRoss e o e-AgRoss. Ofertas exclusivas que aliaram tecnologia e suporte técnico qualificado às revendas. Hoje, a empresa mantém sete unidades espalhadas pelo País, e a matriz em Campinas (SP), trabalhando com tecnologias da indústria em inúmeros segmentos: café, citrus, milho, morango, batata, soja, tomate, melancia, trigo, arroz, fumo, amendoim, cana-de-açúcar, mamão. Vende em mais da metade dos estados brasileiros, do Centro-Oeste ao Espírito Santo, em todo o Nordeste, da Zona da Mata mineira ao extremo sul do País, atuando com 1.700 revendas privadas e cooperativas. E portfólio de 450 produtos, entre defensivos, sementes, pulverizadores, foliar e fertilizantes. Efetua as entregas nas revendas em até 36 horas, com uma equipe de motoristas e ajudantes devidamente capacitada para manter a qualidade e confiabilidade dos serviços. Os planos de expansão incluem um novo centro distribuidor em Petrolina (PE), para atendimento logístico na região, e iniciar a distribuição em Santa Catarina, a partir da Unidade de Carazinho.



“

Essa convenção além de todo aspecto de confraternização, nos ajudou a compartilhar com toda a equipe de realizadores da AgRoss a forma que construímos a nossa história ao longo dos anos, fazendo com que todos conhecessem as nossas unidades e as ferramentas que utilizamos para conquistarmos o nosso cliente, como o “Troque e Ganhe”, “e-AgRoss” e ainda puderam entender como funciona a “TV AgRoss” e perceber a importância do trabalho de cada um. Assim cada realizador pode perceber a sua importância na engrenagem que move o nosso negócio.”

João Henrique Tafner - Gerente de Vendas Brasil

“

Conseguimos transmitir ao nosso time de realizadores a nova estratégia da AgRoss, com a criação do novo departamento de Grandes Negócios. Assim fica claro a todos que a estratégia de participação no mercado de grandes culturas e cereais, com Prazo Safra, Barter, etc. faz com que a AgRoss esteja preparada para assumir um importante papel no mercado agrícola, voltada para o atendimento a cadeia produtiva de todas as culturas.”

Vladimir Marino - Gerente de Grandes Negócios



“É gratificante estar ao lado desta equipe vibrante.”

Elenice Franco, porta voz da FMC na AgRoss há 16 anos



Show de encerramento com Léo Chaves



Fusões e aquisições geram sinergia na distribuição de insumos

Revendas estruturadas melhoram a eficiência de seus processos e ganham competitividade

Mayra Theis – Área Tributária e especialista em Agribusiness da PwC Brasil

Fabio Pereira - Gerente Sênior de Agribusiness da PwC Brasil

Em um país de dimensões continentais, conectar produtores rurais e fabricantes de insumos é uma missão que exige eficiência e capacidade de adaptação. O cenário de consolidação da indústria – com redução de fontes públicas para o financiamento da atividade agrícola, margens reduzidas e o aumento da demanda do produtor rural por crédito - trouxe desafios ainda maiores para os distribuidores de insumos agropecuários. Diante de tais necessidades, fundos de investimentos, tradings e fabricantes de insumos vislumbraram novas oportunidades para explorar sinergias e criar vantagem competitiva através de fusões e aquisições no segmento de distribuição.

Diversas transações ocorridas nos últimos anos demonstram que o setor de distribuição de insumos agropecuários está mudando completamente. O modelo tradicional dos distribuidores, baseado na margem bruta, não é mais suficiente para garantir a sustentabilidade do negócio. Enquanto fundos de investimentos utilizam práticas de governança, recursos financeiros e análise de risco para apoiar os distribuidores na estruturação da empresa e análise de crédito, os fabricantes de insumos e tradings exploram sinergias com os distribuidores para estruturar as atividades de vendas de insumos e origemção de commodities.

Toda essa movimentação é reflexo da realidade do agronegócio, que deman-

da cada vez mais eficiência, competitividade e profissionalismo. Mesmo com a atual situação econômica do Brasil, ainda é grande o interesse dos investidores por ativos. O País apresenta fundamentos sólidos de economia, grande mercado consumidor e câmbio desvalorizado, que reduz o valor dos seus ativos em dólar.

De modo geral, os investidores procuram empresas sólidas no mercado e as adquirem parcialmente, deixando a gestão para os executivos locais. Segundo levantamento da Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários (ANDAV), 78% dos distribuidores estariam interessados em receber propostas de investimento de empresas e de fundos de investimento.

Os investidores, porém, têm se mostrado criteriosos. Buscam empresas com estruturas de governança e controle que proporcionem a transparência das informações, favorecendo a execução de uma 'due diligence' adequada, processo essencial para avaliar economicamente a empresa, elaborar o contrato de fusão e aquisição, estabelecer a estrutura societária e tributária, auxiliar na negociação entre as partes e permitir a integração das empresas no pós-aquisição.

Contingências elevadas, contabilidade em desacordo com as práticas contábeis, fragilidade dos controles internos, ausência de relatórios ge-

renciais e de performance e demonstrações financeiras preparadas incorretamente são os principais pontos de atenção identificados ao longo de uma 'due diligence'. Estes pontos expõem a importância de um processo meticuloso, que levante as informações adequadas, tornando previsíveis os impactos e riscos envolvidos nos atos de fusão, aquisição, cisão e reestruturação societária.

Além da 'due diligence', o planejamento tributário e societário é outra etapa importante do processo de fusão e aquisição. A otimização da carga tributária decorrente do ganho de capital a ser auferido pelo vendedor, a manutenção de benefícios tributários, a identificação de forma mais eficiente para obtenção de lucros com retorno dos resultados auferidos pela empresa adquirida e a mitigação de riscos de sucessão para o comprador, em caso de contingências ou exposições na empresa adquirida, são aspectos almejados pelas partes e impactam as negociações e a manutenção do negócio.

Portanto, a execução adequada dos processos de 'due diligence', planejamento tributário e societário possibilitam que as empresas que passam pelo processo de fusão e aquisição se estruturam em um formato ideal que permita atingir seus objetivos, explorando sinergias para aumentar a eficiência dos seus processos e ganhar competitividade no mercado. 

UCBVet reúne equipe de vendas na Convenção “Você faz acontecer”

Objetivo foi aprimorar ainda mais o atendimento dos clientes revendas



A convenção também premiou os profissionais destaque e lançou produto para cães.

Com o tema “YOUVBVET – Você faz acontecer”, a UCBVet Saúde de Animal reuniu mais de 60 pessoas de sua equipe de vendas de todo o Brasil para a Convenção 2019 | 2020, em Atibaia (SP), no início de setembro. Foram apresentados os resultados das unidades de negócios Animais de Produção e Animais de Companhia pelo Brasil e, também, em exportação, já que a UCBVet comercializa produtos para países como Paraguai, Bolívia, Nicarágua, Peru, Guatemala, Honduras, Angola e Bahrein.

Para aprimorar ainda mais o atendimento dos clientes revendas, a equipe presente ao evento participou também de um workshop, ministrado pela equipe da Crosara Consultoria, com foco no atendimento e desenvolvimento do modelo de gestão de contas UCBVet. Com atividades práticas, os participantes puderam aplicar técnicas de merchandising em pontos de venda, de acordo com cada linha de produto foco da em-

presa, como Cursotrat (para tratamento de diarreia em bezerros), Fluxinina (anti-inflamatório injetável), Phenodral (tônico estimulante), Otodex (para tratamento de otites em cães e gatos) e Durafect (para controle de pulgas e carrapatos).

“Nosso propósito com o workshop é investir na capacitação do nosso time de vendas para que tenham êxito em realizar o melhor atendimento, gestão e desenvolvimento dos negócios junto aos nossos clientes parceiros”, ressalta o médico-veterinário e Gerente de Produto para animais de produção da UCBVet, Marcos Ferreira. “Investimos constantemente na atualização técnica e comercial da nossa equipe, pois acreditamos que são as pessoas que fazem acontecer e fazem toda a diferença no atendimento aos clientes, e para melhor aproveitar as oportunidades. Nosso objetivo é despertar na equipe o protagonismo de cada um para o crescimento da empresa”, completa o Gerente Nacional de Vendas da UCBVet, Claudinei Pereira.

Na Convenção, também foram premiados os profissionais que mais se destacaram na campanha de vendas do primeiro semestre deste ano. Os vencedores ganharam uma viagem com acompanhante para a Oktoberfest, em Blumenau (SC). A entrega dos prêmios foi marcada pela emoção com a participação de familiares dos premiados por meio de vídeos surpresas e cartas.

Lançamento de produto para pet - Durante a Convenção 2019 | 2020, foi feito o lançamento do Therax Plus, vermífugo de amplo espectro de ação indicado para cães, palatável sabor carne, que auxilia na prevenção de zoonoses. Therax Plus pode ser administrado a filhotes a partir da segunda semana de idade e em cadelas gestantes. A absorção intestinal do animal é rápida e a concentração máxima é de 4 a 6 horas após a administração, começando a agir em 24 horas. 

Dynamic Mindset – As ideias que instigam e transformam

Instituto nasce para construir pontes entre empresas, pessoas e negócios, por meio de artigos, vídeos, entrevistas, debates, eventos, formação e workshops



“Novas tecnologias que podem perceber, aprender e raciocinar para estender a capacidade das pessoas e organizações”



'Meet-up New Directions Dynamic Mindset' para executivos na capital paulista.



Apresentação de Adriano Amui no New Directions Dynamic Mindset #1, em São Paulo.

Doze pensadores escrevendo, postando, debatendo ideias, conjecturas, inovações, olhares diferentes sobre tudo, sobre todos. E viajando o Brasil. Só querem ajudar a gerar o novo, arejado em cada indivíduo que se permita abordagens revolucionárias, principalmente sobre sociedade, inovação, empreendedorismo e liderança. Esta é a mola propulsora do Instituto Dynamic Mindset, que nasceu para ajudar a construir as pontes necessárias para todos serem e agirem no estado dinâmico das coisas, dos negócios, da sociedade e, principalmente, dos indivíduos. Para além de artigos, vídeos, entrevistas, debates, eventos, formação e workshops. Proposta que congregou Adriano Amui, Alessandro Spiller, Cesar Leite, Cris Ljungmann, Fábio Prieto, Leandra Zamboni, Letícia Batistela, Patrícia Knebel, Paula Oliveira, Percival Puggina, Sebastião Ventura e Soraia Schutel. “É a isto que vamos nos dedicar e colocar energia, tempo, dinheiro, inteligência, emoção, dedicação. Com isto em mente, convidamos todos que se colocarem disponíveis para erigirmos, juntos, passagens, conhecimento, debates, capacitação, entre outras iniciativas as quais, sempre amplamente sustentadas por especialistas em seus campos de atuação – os

quais chamamos carinhosamente de Mindsetters, nos permitam ver diferente e além, para podermos ser e agir no estado dinâmico do admirável mundo novo que estamos iniciando a vivenciar e a protagonizar”, resume o empreendedor Adriano Amui, co-idealizador do Instituto, que também é empreendedor da Esfera, Invent, Deep Seed Solutions, Portal dos Livreiros e FCA Strategy. Além de mentor, professor, palestrante com foco em Planejamento Estratégico, Estratégia Competitiva, Novos Modelos de Negócios, Empreendedorismo, Go-to-Market, Novos Negócios, Marketing, Design Thinking, Inovação e Transformação Digital.

A primeira atividade veio em 14 de março deste ano, o 'New Directions: Dynamic Mindset #1', no São Paulo Center, na capital paulista. Um evento gratuito e realizado com o intuito de reunir amigos, empresários, empreendedores, executivos e qualquer profissional que esteja aberto a debater e evoluir em um ambiente democrático. Apresentações de Adriano Maluf Amui, Maha Mamo, Cesar Leite, Juliano Prado, Rodrigo Lamin e Marco Dalpozzo sobre tecnologia, inovação, novos modelos de negócios, resiliência e foco. O formato é simples: doze minutos por pa-

lestrante, depois debate aberto a todos participantes e, por fim, um tempo para conversar com o palestrante que você quiser, em pequenos grupos. O evento recebeu 162 pessoas, heterogeneidade fabulosa em termos de perfil de empresas, nível hierárquico e área de atuação. “A mescla de pessoas que, juntas, representam nossa força a partir da diversidade”, comemorou Adriano.

Depois, veio o Dynamic Mindset #2, em julho, no Instituto Ling, em Porto Alegre (RS). Desta vez, 260 presentes e o lançamento do livro 'Dynamic Mindset'. “Foi fantástico poder reunir um grupo de pessoas espetaculares. E refletindo nos dias subsequentes, tive a absoluta confirmação de que da diversidade e distinção dentre cada um de nós temos nossa virtude e força. Por isto, estimei-os fortemente a fomentar novos contatos, negócios e amizades”, avaliou Adriano Amui.

Em outubro, uma nova ação. O 'Meet-up New Directions: Dynamic Mindset', apresentação de Roberto Prado, da Microsoft Brasil, em São Paulo, para grandes executivos, como Ariel Mafi, Vice-Presidente da Área de Ruminantes da DSM no Brasil. A palestra destacou como sinergia e alinhamento podem re-

“Seja apaixonado e ousado. Continue sempre aprendendo. Você para de fazer coisas úteis se você não aprende”



Dynamic Mindset #2, em julho, no Instituto Ling, em Porto Alegre (RS).



Carlão (Publique), Ariel Maffi (DSM), Luiz Cláudio Azevedo (Neovia Total Alimentos) e Adriano Amui.



Roberto Prado e Carlão da Publique

rial: não se respeita a tradição e sim a inovação”, destacou.

Roberto também expôs a visão de mundo e as principais ações da Microsoft e de seu CEO, Satya Nadella. “A missão é dar poder a cada pessoa e cada organização no mundo para elas conquistarem mais. Nosso CEO afirma que devemos começar com cultura e liderança. E a estratégia é construir as melhores plataformas e os serviços de produtividade. Mudar a linguagem, o pensamento e as ações. Viver a experiência do cliente. Antecipar e superar expectativas. Ter uma experiência fluida”, sugeriu. A Microsoft também investe hoje US\$5 bilhões na Internet das Coisas. O objetivo é dar a todo cliente a capacidade de transformar seus negócios e o mundo em larga escala, com soluções conectadas. “E estamos desenvolvendo Inteligência Artificial para que as pessoas e as instituições sigam resolvendo os problemas mais urgentes da nossa sociedade e nossa economia”, concluiu Roberto Prado. 

almente fazer a diferença entre ganhar e perder. E as principais características da quarta revolução industrial que vivemos hoje, a digital, depois da ‘Era do Vapor’, ‘Era da eletricidade’ e ‘Era da TI e Eletrônica’. “Quantas coisas você pode fazer em menos de dois segundos? Agora, a velocidade da mudança e a transformação das pessoas são os dois principais vetores. E as empresas mudaram muito. Basta comparar uma Volkswagen de 1997 com a Apple de hoje. Existe um novo conceito empresa-

Agroquímicos, agrotóxicos ou pesticidas?

Afinal de contas, esses produtos são vilões ou heróis do Agro?

A liberação de 262 agrotóxicos entre janeiro e julho de 2018 causou polêmica devido ao crescimento de 10% em relação ao mesmo período de 2017, além da questão da quantidade aplicada e dos benefícios e malefícios à saúde da população. O crescimento de registros foi justificado pela ministra da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Tereza Cristina, como um esforço para acelerar o processo de aprovação ou não de produtos. Atualmente, esta processualística ainda é lenta no Brasil (10 anos), enquanto na União Europeia e nos Estados Unidos o prazo máximo é de três anos.

Vale salientar que melhorar os nossos processos internos significa ter acesso a produtos mais modernos e melhores para o nosso agronegócio. Quanto à questão do consumo destes produtos, apesar das especulações e polêmicas a respeito, os números médios colocam o Brasil na 44ª posição no ranking mundial de utilização em termos de Kg/hectare, o que significa 4,31kg, enquanto a China apresenta 13,06 Kg/hectare, a Bélgica, 6,89 Kg/hectare, e a Suíça, 5,07 Kg/hectare, de acordo com os dados da Organização das Nações Unidas para a Agricultura (FAO).

Isso não quer dizer que a utilização destes químicos não possa ser melhor empregada pelos agricultores no Brasil, dependendo ou não da questão da aprovação de produtos, por meio de novas formas de utilização. O uso de pesticidas, segundo a nova Lei dos Agrotóxicos (6.299/02) aprovada em junho de 2018, que é usado mundialmente, independentemente da preocupação de ordem pública, responsável pelo parecer de registro de um novo produto,

deverá passar dos 10 anos para dois anos. Cabe aos produtores a tarefa de realizar a aplicação de maneira correta, seguindo as normas de uso indicadas pelo fabricante e instruídos pelas empresas de revenda autorizadas. Assim como garantir o uso de equipamentos de proteção individual (EPIs) no campo, a fim de proteger os profissionais que estão envolvidos no processo da aplicação e estocagem dos produtos em função do risco de intoxicação.

Questões de produtividade x toxicidade são também endereçadas como polêmicas, pois, além de mobilizarem as empresas envolvidas na cadeia e os produtores rurais, têm sensibilizado a população consumidora. E, neste caso, é importante que a informação seja disseminada de maneira correta quanto aos benefícios e malefícios do uso de agroquímicos, agrotóxicos ou pesticidas agrícolas, bem como a falta deles. Afinal, a responsabilidade não está apenas em adotar produtos com baixo risco às condições das plantas, dos animais, da manutenção da terra e que não causem danos à saúde em longo prazo, mas também como a opção por não usá-los afeta a produtividade e expõe a população a outras questões de saúde pública em razão da falta de prevenção contra pragas que podem destruir plantações, contaminar carnes, criar barreiras ao comércio, contaminar solos e água, caso não sejam tratados com os devidos “remédios”.

A polêmica segue na mídia e nas redes sociais, mas a desinformação é a raiz do problema em questão. Caberia às empresas desenvolvedoras mobilizarem-se para informar sobre questões básicas de seus produtos e, ainda,

comprometerem-se com a disseminação da sua forma de uso. Mas não basta que elas façam a sua “lição de casa”, pois esse é um tema pertinente a outros elos das cadeias agroindustriais, bem como ao próprio governo, que precisa se manter sempre à frente da comunicação com seus diversos públicos, e não apenas reagir aos “ataques” muitas vezes impertinentes. 

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.oshiai@e-loconsultoria.com

2019

Motivos para celebrarmos as nossas

CONQUISTAS



2020

Razões para confiarmos na Pecuária

BRASILEIRA



Fronteiras
Produtivas



Revenda e Distribuição – Uma revolução em andamento

Aquisições, incorporações, operações de commodities agrícolas e defensivos, lojas próprias. 2019 foi um ano intenso como nenhum outro



Todos do segmento falam. Os negócios nacionais e internacionais prosseguem. O mundo do Agro, das revendas, dos distribuidores de insumos agropecuários e veterinários, dos grãos, não para de surpreender. E o segmento de revendas e distribuição de insumos está fechando mais um ano de intensos investimentos estrangeiros no Brasil. As negociações mais tradicionais, de adquirir parte ou totalidade de empresas e redes de lojas nacionais, seguiram firmes neste segundo semestre. Para ampliar a capacidade de obter grãos, a multinacional americana Bunge comprou 30% da revenda de insumos gaúcha Agrofel, empreendimento que também origina por ano mais de um milhão de toneladas de grãos, entre soja, milho e trigo. Na safra 2019/2020, o Rio Grande do Sul deve disputar com o Paraná o posto de segundo produtor brasileiro de soja. E o segmento é um dos principais negócios da Bunge no Brasil, país que é o maior exportador global de soja e o segundo em milho. “Queremos unir o amplo relacionamento e a expertise da Agrofel com produtores locais à nossa gestão logística e capacidade existente de originação no Brasil”, explica o presidente de Operações Globais da Bunge, Raúl Padilla. A Agrofel atua há 42 anos com 15 mil agricultores, apoiada por 38 unidades, entre armazéns e lojas, com capacidade estática combinada de quase 450 mil toneladas, além de 470 profissionais. “A transação maximiza oportunidades para as duas empresas expandirem suas atuações no Rio Grande do Sul. A Bunge tem experiência em gestão de risco e capacidade logística completa, e contar com essa expertise nos coloca em outro patamar no mercado de grãos do País”, acrescenta Wilson Ferrarin, presidente do Conselho da Agrofel. O grupo



Raúl Padilla, CEO da Bunge - Unir o relacionamento e a expertise da Agrofel com a nossa gestão logística.

brasileiro ainda trabalha com revendas de máquinas e equipamentos agrícolas, financiamento para o agronegócio e produção de grãos em quatro fazendas em Mato Grosso. Estes negócios não fazem parte do acordo com a Bunge.

Ainda na seara internacional dos grãos, uma movimentação de peso uniu a Glencore Agriculture Limited, como par-

ceiro integral, a potências como ADM, Bunge, Cargill, COFCO e LDC. O grupo é destaque nas operações de commodities agrícolas em todo o mundo. A chegada do sócio especializado em soluções tecnológicas e de dados tem o objetivo de criar soluções digitais e automatizar processos após a negociação de grãos e oleaginosas, reduzindo os custos para movimentar produtos agrícolas e alimentícios ao redor do planeta. O grupo prepara o lançamento da nova plataforma para o segundo semestre de 2020 e o Brasil é chave deste investimento, pois eles pretendem fazer remessas internacionais de soja a granel do nosso país para a China. “Esses avanços permitirão um desempenho mais eficiente e eficaz. E os benefícios serão sentidos pelas empresas de todos os portes, em todos os países ao longo da cadeia de valor após a negociação”, resume David Matiske, CEO da Glencore Agriculture Limited.

E as novidades não ficaram por aí. Até dezembro, os órgãos reguladores deverão aprovar a transferência do controle da operação Nufarm na América do Sul para a Sumitomo Chemical, também anunciada em setembro. A Sumitomo adquiriu as unidades da Nufarm Argentina, Nufarm Brasil, Nufarm Chile e Nufarm Colômbia, pelo valor de 1,118 bilhão de dólares australianos. As duas empresas vinham atuando em parceria na América do Sul nos últimos oito

anos, principalmente no Brasil. A Sumitomo conta com um excelente portfólio de produtos, além de um pipeline robusto, com abrangência nos mais importantes segmentos de mercado. A Nufarm atua há mais de 100 anos no agronegócio. Sediada em Melbourne (Austrália), mantém no Brasil uma unidade fabril em Maracanaú (CE), um escritório em São Paulo (SP) e oito centros de distribuição. Uma estrutura que reúne 160 profissionais de Vendas, Marketing e Desenvolvimento.

Outra aposta certa em evolução é a digitalização, que também embala novos sócios ‘verde-amarelos’. Conhecida pelo amplo portfólio de produtos pós-patentes e biológicos para proteção de cultivos agrícolas, a CCAB Agro inicia os investimentos na área de agricultura digital e de precisão fechando uma parceria com a Geodrone, empresa de pesquisa, monitoramento e processamento de dados digitais em agropecuária, hoje presente em mais de 600 mil hectares de lavouras no Matopiba (Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia), além do Rio Grande do Sul e de Goiás. O resultado desse encontro vai se chamar CCAB Digital - Powered by Geodrone e já nasce com fôlego para chegar a todo o território nacional. Os segmentos da chamada ‘smart agri’ são prioridades de investimentos da companhia, orientada pelos seus acionistas: 21 cooperativas de produ-

tores rurais de alimentos e fibras têxteis. Juntas, elas representam cerca de 55 mil agricultores no Brasil.

“Não se trata de seguir uma tendência de mercado. Nós prospectamos investimentos realmente relevantes para o acionista, que, ao mesmo tempo, é o nosso cliente. A escolha pela Geodrone se deu pela comprovada eficácia dos serviços oferecidos, a aplicabilidade da tecnologia e a idoneidade do parceiro, hoje baseado no oeste da Bahia, mas com atuação nos grandes polos de produção agrícola do País”, conta Jones Yasuda, CEO da CCAB Agro. As soluções digitais serão comercializadas pela CCAB para sua base de clientes já nesta safra 2019-2020, no Matopiba. A CCAB avaliará a expansão da cobertura dos serviços para outras regiões já para a próxima safra.

“No futuro, pretendemos adicionar novas aplicações à plataforma, de acordo com a demanda dos agricultores. Nosso objetivo é sermos validadores de tecnologias realmente úteis para o negócio dos nossos clientes”, afirma Fábio Marques, gerente de Desenvolvimento de Novos Negócios da CCAB Agro. A Geodrone fornece serviços de previsão do tempo e agricultura de precisão, além de modalidades diversas de monitoramento, como o de máquinas em campo, pragas e doenças e voos de drone.

“O processamento das informações e o diagnóstico corretos são a diferença entre uma boa e uma má decisão. A capacidade de dar essa resposta rápida e completa é o nosso diferencial”, sintetiza o empresário e fundador da Geodrone, Ricardo Reis. A Geodrone conta com uma base de dados formada por uma rede de mais de 3,3 mil pluviômetros na região do Matopiba, o que potencializa o nível de acerto nas previsões climáticas.



Jones Yasuda, CEO CCAB Agro - Não é seguir uma tendência de mercado. Prospectamos investimentos relevantes para o acionista.



Bernardo Fabiani - Investir em tecnologia é a única saída para aumentar a produção brasileira no Agro.

É justamente a partir desse roteiro que devem nascer as futuras notícias envolvendo aquisições e parcerias do Agro Brasil, sejam das fazendas ou das lojas que comercializam soluções tecnológicas para aumento de margens e resultados ao produtor rural. "Investir em tecnologia é a única saída para aumentar a produção brasileira de grãos, carnes e outros produtos agropecuários. Isso já foi demonstrado pela Embrapa, cujo brilhante trabalho contribuiu para aumentar a produção de grãos brasileira em mais de 600% entre 1975 e 2017, enquanto a área plantada neste mesmo período apenas dobrou", sintetiza Bernardo Fabiani, diretor de tecnologia da TerraMagna. A agrotech brasileira atua na mitigação de riscos do agronegócio e acaba de receber um aporte de R\$ 2 milhões de um grupo liderado pela The Yield Lab, especializado em agtechs e que possui aportes na Argentina, no Peru e no Chile. A TerraMagna é o seu primeiro investimento no Brasil. Desde a sua criação, a TerraMagna já levantou mais de R\$ 700 mil de investidores anjo e fundos. Desde o início da operação, a startup brasileira já monitorou mais de 10 mil fazendas, que correspondem a mais de R\$ 5 bilhões em penhor agrícola. Até o momento, tiveram 0% de inadimplência nas operações. "Até o final da safra

2019/2020, queremos dobrar o volume financiado monitorado. E oferecer novos recursos que tragam ainda mais segurança ao processo de concessão de crédito. Expandindo as atividades diretamente relacionadas aos profissionais que atuam conosco no campo, garantimos resultados à produção", resume Bernardo Fabiani.

Outro exemplo bem 'moderninho' mira diretamente a mesa de jantar da família brasileira. O GenesisGroup, empresa especializada em soluções em testes, inspeções, certificação e rastreabilidade na cadeia agroalimentar, abocanhou o laboratório AgroSafety, de Santa Bárbara D'Oeste (SP), com treze anos de mercado em análises independentes, altamente tecnológicas, dentro das cadeias agrícola, animal e ambiental. "Oferecemos um amplo portfólio de análises, contando com o respaldo de importantes certificações e creditações", explica o diretor Adauto da Silva.

Uma aposta no futuro de um planeta exigente quando o assunto é matar a fome. "O mercado e o consumidor estão mais atentos a aspectos de qualidade e de segurança alimentar, o que impulsiona processos mais eficientes, com o uso de novas tecnologias, a custos menores e tendo como parâmetro decisivo a redução dos impactos ambientais. O AgroSafety utiliza a mais moderna tecnologia de análises disponível e tem o respeito das empresas e da comunidade científica. Investimos para sermos líderes em testes, inspeções, certificação e rastreabilidade na cadeia agroalimentar na América Latina. Do campo à mesa, as análises laboratoriais são fundamentais em termos de segurança alimentar. E esta demanda dentro do grupo tem crescido significativamente. Afinal, estamos falando do alimento que chega à nossa mesa", ressalta Nelson Bechara, presidente do GenesisGroup.



Nasce o 'Modelo Syngenta' de comércio

A Atua Agro é uma 'loja escola' própria, que vai oferecer produtos, serviços agrícolas e, ainda, difundir conhecimentos e informações para modernizar o setor



Jon Parr, Presidente Global, e André Savino, Diretor de Marketing Brasil, da Syngenta.

Os gigantes do agronegócio mundial não querem apenas investir na terceira potência agropecuária do planeta. Eles querem transformar o modelo de oferecer novas tecnologias às propriedades e atuar com dinamismo na implementação de novas tecnologias do Agro Brasil. Um belo exemplo disso é a gigante Syngenta, que, em um novo passo dentro do País, inaugurou a primeira loja, localizada em Ijuí (RS), com a marca "Atua Agro". A ideia principal do novo conceito é utilizar o espaço não só para comercializar, mas também para aprofundar o entendimento sobre as necessidades dos agricultores locais, aperfeiçoando a oferta ao longo do tempo. E, também, ser um posto avançado de modernização do agro, com ideias que serão utilizadas em larga escala pelos canais de distribuição da companhia, implementando melhores práticas e resultados

para todos os parceiros. A inauguração contou com a presença de quatro executivos da Syngenta: Jon Parr, Presidente Global da divisão de proteção de cultivos; Valdemar Fischer, Diretor Regional da América Latina; Luciano Daher, Diretor Comercial; e André Savino, Diretor de Marketing, que destacaram as estratégias e os objetivos da empresa com o novo canal de vendas e relacionamento.

"Em um ambiente cada vez mais desafiador, que envolve a consolidação do mercado, mudanças no perfil do produtor e regiões com alto potencial ainda a ser alcançado sobre a cobertura de área, a Syngenta adotou uma estratégia ambiciosa, alinhada ao seu DNA inovador, para fortalecer e garantir o crescimento: abrir lojas próprias", explica André Savino, Diretor de Marketing da Syngenta no Brasil. Para o executivo, o local para receber a Atua Agro

foi definido estritamente com base na identificação de baixa cobertura pela rede, em uma região com grande potencial agrícola. "É importante frisar que a estratégia da Syngenta não mudou: seguimos com o objetivo de fortalecer nossa rede de distribuição atual, com canais que nos deem alta reciprocidade e fidelidade".

A loja tem o objetivo de ser uma difusora de conhecimento e informações, tanto técnicos quanto de mercado. Por isso, comportará uma estrutura para palestras, eventos e troca de experiências. O espaço contará com portfólio completo, com a comercialização de defensivos agrícolas (Syngenta e Adama), sementes (Syngenta e Nidera), fertilizantes foliares e adubo, por meio da parceria com Stoller, Mosaic, Cofo e Yara. Além disso, a Strider e a FarmShots vão ofertar serviços de gestão e tecnologia digitais para o campo. "A



Valdemar Fischer, Presidente da Syngenta América Latina.



Luciano Daher, Diretor Comercial da Syngenta Brasil - A Atua Agro nasce com a missão de buscar o sucesso do agricultor.

Atua Agro nasce com uma missão: o sucesso do agricultor. Estamos buscando oferecer um ambiente que promova a inovação em serviços, tecnologia, modelo de atendimento diferenciado e portfólio robusto”, destaca Luciano Daher.

A Syngenta é uma empresa líder no segmento agrícola e mantém 28 mil funcionários em mais de 90 países, trabalhando para transformar o plantio e o manejo dos cultivos. Por meio de parcerias, colaborações e o ‘The Good Growth Plan’ (Plano de Agricultura Sustentável), tem como objetivo aumentar a produtividade nas fazendas, resgatar terras da degradação, promover a bio-

diversidade e revitalizar comunidades rurais. E os parceiros alinhados para a entrada da Atua Agro são peças-chaves, escolhidos a dedo para obter ótimos resultados.

“São duas empresas com propostas semelhantes, importantes, totalmente voltadas ao cliente, à inovação. A Syngenta tem reputação em proteção de cultivos, trabalhando com uma penetração de mercado ímpar, genética e tratamento de sementes. E a Stoller atua forte nas plataformas de fortalecimento da planta. Produtos voltados à fisiologia, nutrição foliar e produtos biológicos. Proposta de enriquecer o potencial da planta, seu fortalecimento. O casamento das duas empresas é sucesso certo, com atuações complementares. O produtor pode ter certeza de que vai ganhar bastante. Vamos entender o que cada empresário rural precisa, agregar valor ao negócio dele. E tudo com base em Ciência, uma marca importante da nossa empresa, que vai completar 50 anos em 2020”, afirma Roberto Risolia, Head de Marketing da multinacional Stoller, empresa americana com sede em Huston e que chegou ao Brasil desde o começo das atividades, há 47 anos. “Nosso fundador, Jerry, já sabia que a nutrição de plantas, os inoculantes e os biológicos fariam uma revolução na agricultura brasileira. Por isso somos tão sólidos no mercado. Agregar conhecimento como grande valor. Nossa base é feita de cientistas, o Jerry era cientista. E assim construiu a empresa. Esta é uma parceria de peso e estou certo de que vai render muitos frutos. Syngenta e Stoller, um posicionamento muito sólido de oferta de valor em longo prazo”, confirma Risolia.

Márcio Tortorelli, Gerente Nacional de Vendas da Mosaic, outra parceira na loja de Ijuí, destaca as mudanças na atuação da distribuição brasileira nos

últimos anos. “A iniciativa da Syngenta marca a entrada de uma grande empresa de químico de um jeito diferente no segmento, fazendo alianças com empresas de sementes, fertilizantes, foliares. Tudo para levar ao agricultor soluções cada vez mais inovadoras, que melhorem a rentabilidade do produtor”, aponta. A Mosaic é uma grande mineradora mundial de fósforo e potássio, comprou ativos da Vale na parte de fertilizantes no Brasil, e vem investindo para levar soluções ao segmento com um portfólio grande nesta área. “É um setor que apresenta poucas inovações e nós estamos puxando essas propostas, com criação e performance que tragam mais produtividade aos empreendimentos”, justifica.

E colocar o produtor no centro de tudo é justamente a ideia da Yara Brasil Fertilizantes, que também fincou os pés na Atua Agro. João Benetti, Diretor Comercial da empresa, profissional com 25 anos de casa e que concentra as atividades do setor em metade do Brasil e no Paraguai, explica que a lara é líder mundial em proteção de plantas, vendendo conhecimento, tecnologia, tudo o que se relaciona à nutrição do segmento. “A Syngenta mostra o compromisso firmado com o produtor, e com a lara também é assim. Pesquisamos, desenvolvemos, mas só depois de ouvir o agricultor, procurando atender todas as necessidades dele. Pretendemos levar conhecimento ao campo e essa loja traz este conceito, é um projeto que vai ter bastante sucesso. O objetivo é extrair das culturas o máximo de potencial. A lara tem programas para extrair isso de soja, por exemplo. Com uma linha de fertilizantes, em que cada grãozinho tem oito nutrientes, usados na mesma aplicação. Depois, complementamos com nutrição foliar. É mais tecnologia, produção e simplicidade. É o que traz o sucesso aos projetos”, sentencia João Benetti. **AR**

Seguro Rural para agricultores



Chuvas fortes, geadas, inundações e períodos de seca excessiva podem colocar fim ao investimento dos agricultores. Felizmente, para resolver tais problemas, podemos contar com a proteção de um Seguro Rural, que dispõe de diversas modalidades e coberturas.

De modo geral, esse seguro abrange grandes e médios agricultores. Todavia, os produtores menores não ficam sem sua proteção, pois o governo proporciona alguns programas de incentivo a fim de auxiliá-los, cobrindo os danos de fenômenos da natureza, pragas nas plantações ou doenças que atinjam o rebanho.

O que é o Seguro Rural

Ele é um instrumento de proteção ao produtor contra perdas ocasionadas por diversos fatores, como as questões climáticas que possam prejudicar a sua lavoura. Além disso, dependendo da modalidade, pode abranger a atividade pecuária, o patrimônio do produtor, risco de morte do produtor e crédito para comercialização.

Caso aconteça algo que afete as plantações e o gado, o agricultor não fica na mão, pois ele pode recuperar o que havia sido investido. Essa é uma forma de minimizar os prejuízos inesperados pelo produtor, fomentando a continuidade do empreendimento no setor agrícola.

Programas do governo para a atividade rural

O governo, no intuito de incentivar o pequeno e médio produtor, oferece alguns programas que possuem certas semelhanças com um seguro privado.

O Proagro é custeado por recursos da União e por espécies de contribuições (chamadas de prêmios) que os agricultores pagam. Por ser parte de uma política pública, não tem apólice nem é regulamentado pela Susep. O produtor rural contrata um financiamento de crédito agrícola para custeio, que o protege de estragos causados por chuvas, secas, pragas e doenças no rebanho.

Já o PSR, Programa de Subvenção ao Prêmio do Seguro Rural, proporciona diminuição de 35% a 60% do custo do seguro. Ao ser concedido ao produtor, ele paga somente o valor correspondente ao que sobrou da dedução realizada pela seguradora.

De acordo com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), que é responsável pelo programa, o beneficiário não poderá ter nenhuma espécie de dívida com a União e suas entidades, se quiser fazer a contratação.

As modalidades do Seguro Rural

Ele pode abarcar diversas modalidades, propiciando proteção a todos os processos de produção, como plantio, vida da plantação, colheita, armazenagem de produtos e seu processamento:

- Seguro agrícola;
- Seguro pecuário;
- Seguro aquícola;
- Seguro de benfeitorias e produtos agropecuários;
- Seguro de penhor rural;
- Seguro de florestas;
- Seguro de vida do produtor rural;
- Seguro de cédula do produto rural.

As vantagens do Seguro Rural

O contrato do seguro garante maior estabilidade econômica aos produtores, incentiva a geração de emprego no ramo, estimula o investimento de tecnologias, diminui os riscos inerentes à atividade no campo, evita o êxito rural (colaborando para a expansão da economia no setor), restringe a inadimplência de agricultores com instituições financeiras e viabiliza a indenização por danos (facilitando o reinvestimento na agricultura e na pecuária). Dessa forma, o Seguro Rural, seja privado ou por programas do governo, é uma forma de garantir maior proteção ao agricultor, propiciando muitas facilidades que são maiores que o custo da sua contratação. **AR**

Dr. Caius Godoy

É advogado especialista em Agronegócios na AgroBox Advocacia em Agronegócios.
E-mail: caius.godoy@agroboxadv.com.br



Gestão e tecnologia são aliados do Novo Agro

É preciso que os agrogestores acreditem na tecnologia, mas também invistam fortemente em excelência operacional

O setor do agronegócio, que representa uma fatia importante do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, tem recebido importantes transformações em tecnologia nos últimos anos. Os dados de um levantamento feito pela Comissão Brasileira de Agricultura de Precisão (CBAP) comprovam isso. Segundo o estudo, 67% das propriedades agrí-

colas brasileiras adotaram alguma inovação, dentro ou fora do campo. Dentre essas tecnologias, estão ferramentas e softwares para controle da gestão da produção animal e, também, a automatização de processos que envolvem documentação.

Certificação de origem, agricultura de precisão, rastreabilidade. Estes

são termos que não podem ser ignorados pelos gestores do agronegócio. Se o campo apresenta boas possibilidades, também é nele que há mais espaço para as tecnologias de ponta. Capazes de dar mais previsibilidade e aumentar a produtividade no Agribusiness, essas ferramentas precisam ainda agregar qualidade de gestão.

Adequação ao mercado mundial - Por outro lado, o setor vive o desafio constante da adaptação ao mercado mundial. A agropecuária responde por quase metade das exportações nacionais. Isso significa atender a diferentes exigências internacionais para garantir a qualidade dos produtos. Também significa buscar altos padrões de competitividade, com planejamento estratégico e redução de custos. No agronegócio, esses aspectos envolvem estudos de clima, solo, georreferenciamento, biogenética, gestão de água e energia, dentre outros aspectos. Se o setor se expandiu a partir de conhecimentos tradicionais, hoje é a ciência que oportuniza sua profissionalização.

Integração de tecnologias em prol da agricultura - Estamos, atualmente, inseridos em um ciclo de convergência muito grande entre diferentes tecnologias, como a biotecnologia, a tecnologia da informação, a nanotecnologia e a ciência cognitiva. Todas elas, integradas, permitirão que a agricultura fique mais digital, informatizada e tecnicizada. Ou seja, aquilo que parecia pertencer a um futuro distante, como monitorar tudo o que acontece na fazenda por meio de um tablet, tornar-se-á coisa do presente. Além disso, as ferramentas de consultorias presenciais, à distância, ou os aplicativos digitais, vão se complementar e um não viverá sem

o outro. Por isso, indicamos que você procure enxergá-los como ferramentas integradas que se complementam e contribuem para que sua propriedade rural alcance o crescimento esperado.

Boom dos aplicativos que ajudam no controle da propriedade rural - Seja na versão para smartphone ou tablet, os aplicativos rurais, que também podem ser chamados de apps do agro, estão se tornando cada vez mais úteis no ambiente rural. Eles possibilitam que empresários rurais desempenhem diversas atividades no campo, facilitando e agilizando os processos de gestão das fazendas. São aplicativos que ajudam no gerenciamento do controle de pragas, na seleção de híbridos a serem plantados, na escolha da semente e no gerenciamento do sistema de adubação, tudo isso interligado a drones e fotos de satélite, com o objetivo de contribuir para que o agricultor tenha um maior crescimento de sua produtividade. Por esse motivo, eles também são considerados uma das tendências para 2019.

Conclusão - Conciliar todos esses fatores – tecnologia, gestão e mercado – é o que acreditamos ser o melhor caminho para o desenvolvimento do agronegócio nacional. Para tanto, é preciso que os agrogestores acreditem na tecnologia, mas também invistam fortemente em excelência operacional. Se não for assim, muito dinheiro pode ser 'enterrado', sem que renda uma boa produtividade. 

MPrado
AGRONEGÓCIO

Tel.: (34) 3228-3300

E-mail: contato@mprado.com.br

www.mprado.com.br

Um período chamado História!

Um mês didático, revelador e que serve de lição para todos os agentes do Agro Brasil no futuro

Muitas vezes, nosso espaço mensal de discussão apresenta trinta dias com variáveis que não dão muito trabalho. Efetivamente, não foi o caso de agosto. Um período que merece a reflexão de todos os agentes do Agronegócio do Brasil e do mundo. Crescimento menor, EUA x China, Argentina, Amazônia, acordo com a Suíça, petróleo, câmbio, preços, muita coisa.

US\$ 300 bilhões em bens importados da China para serem taxados pelos EUA em 10%, o que levou o Governo Chinês a desvalorizar sua moeda. O problema deve continuar, pois 2020 é ano eleitoral americano e o tema agrada parte dos eleitores de Trump, apesar da sua perda de popularidade junto aos produtores rurais. O Brasil ganha nas exportações, mas perde na redução esperada da taxa de crescimento da economia mundial e com a maior insegurança e os riscos nos preços do petróleo. Para a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), o contencioso vai elevar as nossas exportações de commodities, pois as tarifas colocadas sobre as exportações dos EUA trazem deslocamento de mercados para nós. No auge da nossa crise ambiental, em 23 de agosto, a China impôs tarifas retaliatórias em US\$ 75 bilhões de exportações dos EUA, para as carnes, soja e algodão, abrindo mais espaço para a produção brasileira. Foi um alento “no meio do fogo”.

Boa notícia foi o anúncio do acordo entre o Mercosul e a Associação Europeia de Livre Comércio (EFTA – Suíça, Noruega, Islândia e Liechtenstein), favorável ao Mercosul no Agro. Para a Suíça, zeram tarifas em café torrado,

etanol, suco de laranja, frutas (melões, bananas, uvas frescas), vinhos etc. Há abertura de cotas para as carnes e outros produtos. Poderão exportar para nós mais chocolates, biscoitos, queijos, cafés, confeitarias. O anúncio deste acordo foi outra sorte “no meio do fogo”. Temos, também, boas chances de acordo com Singapura e Coreia do Sul. No caso do acordo Mercosul x União Europeia, a França segue liderando esforços para boicotá-lo, usando todo tipo de argumento. E mais ainda, agora, o ambiental. Segue apoiada por outros países protecionistas da Europa. Na economia brasileira, a despeito do problema ambiental e das questões polêmicas na Presidência, foi um alívio a aprovação da Reforma da Previdência na Câmara e a rapidez de tramitação no Senado. E o caminhar da Reforma Tributária. Aliás, o protagonismo atual do Legislativo me encanta e dá força à nossa democracia. Que assim seja, pautando as reformas necessárias. As novas previsões do Boletim Focus para a nossa economia trazem a taxa Selic em 5% no final deste ano e 5,25% no final do ano que vem. O IPCA, em 3,61% neste dezembro e 3,82% em dezembro de 2020. O PIB cresce 0,80% neste ano e 2,1% em 2020. Finalmente, o câmbio fica em R\$ 3,80 em dezembro deste ano e R\$ 3,81 em dezembro de 2020. Analistas acreditam que ele recua dos atuais R\$ 4,14 para R\$ 3,80 e estou com eles.

A má notícia para o Brasil e o mundo foram as eleições primárias na Argentina, que desvalorizam fortemente o peso, derrubam a Bolsa aqui e lá, e interferem também no real, apesar de que, em outros tempos, esta interferência seria maior. Analistas dizem ser difícil reverter

este resultado e devemos ter a volta do populismo de esquerda em nosso vizinho. Com isto, pode ser que os acordos comerciais com a União Europeia e os EUA fiquem mais complicados. É impressionante como a população se encanta com este modelo econômico, sem saber que a conta aparece mais adiante. A confiança na Argentina desabou e o Governo teve outra vez que voltar ao Fundo Monetário Internacional (FMI). Como é um grande parceiro comercial do Brasil, é uma grande má notícia.

No lado interno produtivo, as notícias são muito boas. A safra é recorde. No milho, quase alcançaremos 100 milhões de toneladas, 23% a mais que a safra passada. Na soja, serão 115 milhões, 3,5% a menos. Se não fosse a seca de janeiro, teríamos um número mais espetacular ainda. Total da safra estimado em 241,35 milhões de toneladas. A área cresceu 2% e a produtividade, 6%. Na soja, devemos exportar 70 milhões de toneladas. No ano passado, vendemos 83,3 milhões de toneladas. No milho, podemos embarcar 34,5 milhões de toneladas, 3% a mais que em 2018.

Esta megassafra chega em excelente hora para ajudar a economia brasileira. A nova estimativa do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) para o valor bruto da produção de 2019 é de R\$ 603,4 bilhões. As culturas que estão ajudando são amendoim, algodão, milho, feijão, cacau, laranja, mamona, tomate, banana e trigo. Nas carnes, temos crescimento no frango, em suínos e bovinos. Outra boa notícia é que, desde setembro, está valendo a mistura de 11% de biodiesel ao diesel consumido no Brasil. Assim, a

produção brasileira chegará a 6 bilhões de litros. A meta é adicionar 1% ao ano, até atingir 15% em 2023. Desde que o programa de biodiesel no Brasil começou, em 2005, a substituição evitou a emissão de 70 milhões de toneladas de CO2. A estimativa para atingir as metas do programa 'B15' é que precisaremos de mais doze unidades industriais, gerando empregos e renda além de investimentos de mais de R\$ 1,2 bilhão. Serão necessárias 15 milhões de toneladas de soja adicionais, também gerando investimentos estimados em R\$ 3,8 bilhões.

Não bastasse toda esta agenda, tivemos o “tsunami ambiental”, com o aumento dos incêndios em agosto (é o maior número para o mês em nove anos) e a gigantesca projeção mundial deste assunto, prejudicando nossa imagem, tão dificilmente conquistada na área ambiental. Criminosos que precisam ser fortemente combatidos. Mas também causou espanto a reação quase frenética que tivemos em parte de artistas, políticos mundiais e parte da imprensa. Parecia que a Amazônia estava toda em chamas e que, em um mês, nada mais existiria lá, queimando cangurus, girafas, com o uso de fotos de gente que morreu havia dez anos como se fosse foto do dia, entre outros absurdos.

O dia 23 de agosto foi o mais crítico. Fiz um vídeo de nove minutos em inglês explicando os fatos com o que tinha em mãos naquele momento e este rodou o mundo. Recebi diversos agradecimentos vindos do exterior, além das inúmeras agressões recebidas daqueles que não têm argumentos e atacam as pessoas. Pedi confiança à nossa sociedade, dizendo que teríamos condições de resolver. Deu certo, houve a sensibilização do Governo, uma fala presidencial mostrando as medidas e o Exército

assumindo. Além do retorno do diálogo e da adequada governança com os governadores da região. A Amazônia é um tema muito delicado no mundo. Em mais de 25 anos fazendo palestras fora do Brasil, posso atestar isso. Temos que tomar muito cuidado e realmente ter ações estruturantes de preservação daquela região. O fato é que a reação do Governo foi tardia, porém, está em andamento e precisamos torcer para que apresente bons resultados, mas não apenas em curto prazo. A Amazônia tem que ser exemplo mundial de preservação e sustentabilidade nas áreas econômica, ambiental e social para as 20 milhões de pessoas que lá vivem, para o Brasil usufruir de seus recursos e para o mundo manter este patrimônio.

Acabei guardando muito material destes dias de intensa crise para usar e estudar. Artigos e notícias do comportamento de parte da imprensa incendiária no Brasil e no mundo, declarações de nossos líderes obcecados com o tema de embargos às exportações brasileiras, de empresas internacionais e líderes de países com comportamento oportunista ('internacionalização da Amazônia'), de competidores internacionais do Brasil e ambientalistas radicais com o irresponsável gesto de associar as queimadas na floresta com a nossa produção e exportação de alimentos. Parte da imprensa nacional e internacional escorregou feio, inclusive a respeitosa revista “The Economist”, com manchetes absurdas, calamitosas, ajudando a piorar a situação. Além disto, outras pérolas foram publicadas em grandes jornais mundiais, também guardadas. Uma, recomendava parar o consumo de carne bovina para evitar a “destruição da floresta”. Observei muito desconhecimento nas propostas feitas, pois, apenas neste caso, existe grande possibilidade de crescimento da produção de carne bo-

vina no mundo, principalmente no Brasil, com uso de mais tecnologia e sem derrubar uma árvore sequer. Temos bonitos modelos de Integração Lavoura-Pecuária-Floresta (ILPF) e sistemas que permitem produzir muito mais com menos recursos.

Em 30 anos, a área de pastos no Brasil caiu mais de 15%, estando próxima a 160 milhões de hectares, e a produção de carne bovina mais que dobrou. Podemos aumentar muito, de forma sustentável, com empresários responsáveis e ligados aos temas mundiais. A produção de alimentos no Brasil tem um grande desafio: a comunicação em todas as suas frentes. Foi muito lenta, também, a reação do setor privado a esta crise. Seguimos rumo ao fim de 2019 de olho em fatos do agro que, certamente, não deixarão de causar impactos: a produção agrícola dos Estados Unidos; as estimativas de importações de carnes vindas da China com os impactos da evolução da Peste Suína Africana; as questões comerciais entre China e EUA; o andamento das reformas da Previdência e outras; a gestão das crises criadas pela política; a evolução do combate ao fogo na Amazônia e as reações internacionais; o clima no Brasil na safra 2019 – 2020. **AR**

Marcos Fava Neves

Professor da Universidade de São Paulo (USP) e Fundação Getúlio Vargas (FGV) | doutoragro.com

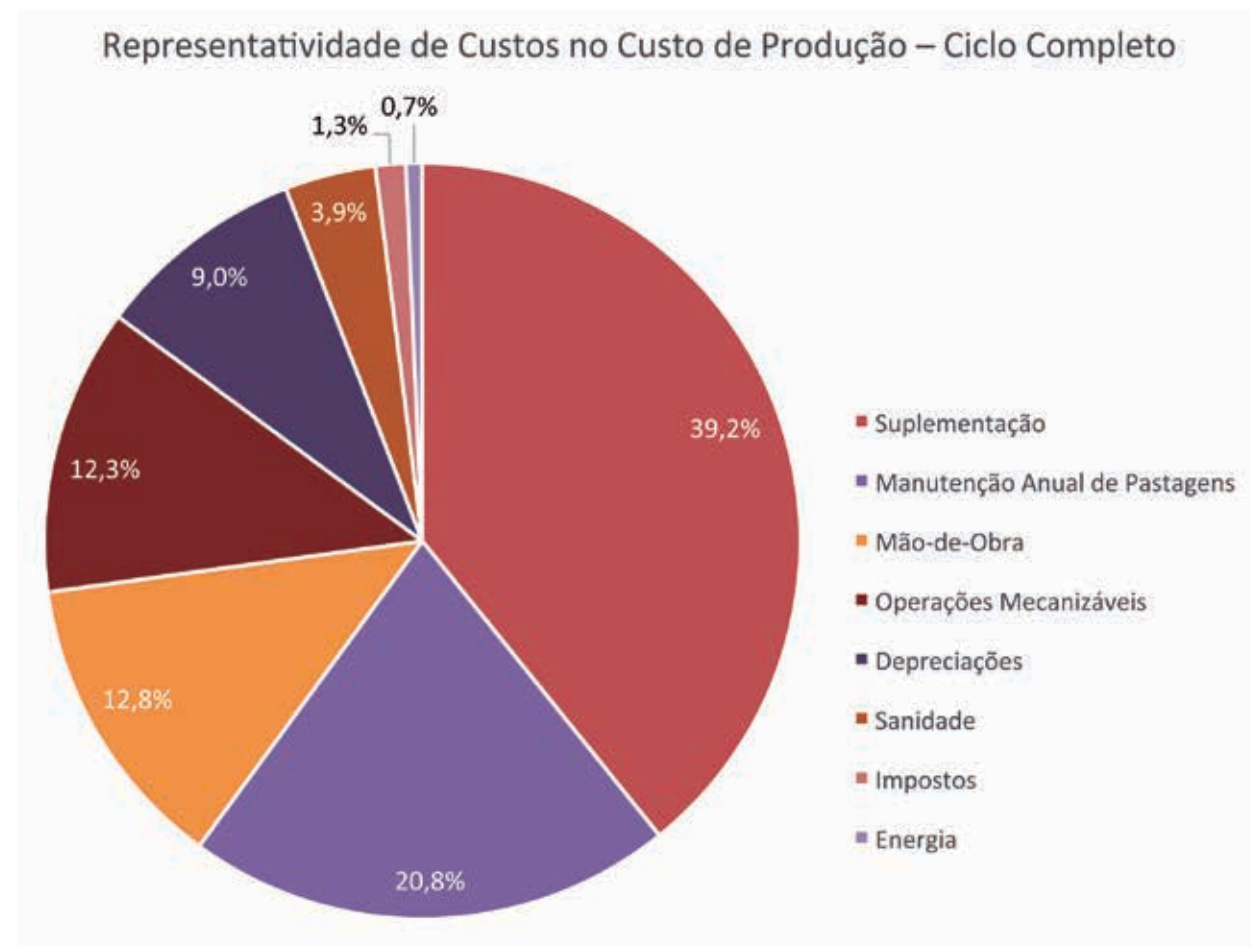


A Markestrat é uma organização que desenvolve consultoria, pesquisa e treinamento em estratégia e busca a geração e a difusão de conhecimento sobre o agronegócio brasileiro.

Site: www.markestrat.com.br
Tel.: (16) 3456.5555 / (11) 3034.3316

O melhor planejamento para 2020

A revenda deve entender a fundo o negócio do seu cliente e buscar agregar valor às suas vendas



Não é novidade que o que move uma empresa, independentemente do seu setor de atuação, é o lucro. Sem lucro, é inviável considerar a continuidade de qualquer negócio. Da mesma forma, toda produção agropecuária é uma empresa a céu aberto e sujeita a fatores incontrolláveis, como o clima, mas que depende de resultados financeiros positivos para se manter em pé. Já dizia um importante professor da Harvard Business School, responsável por grandes contribuições à administração de empresas, Michael Porter, que 'sem um planejamento (estratégico) competente, ninguém sobreviverá aos

tempos globalizados'. Além de globalizados, são tempos de extrema competição e guerra de preços.

Desta forma, temos reforçado a importância do planejamento como o primeiro passo para o sucesso de uma empresa agro, seja o planejamento do ano fiscal ou de um prazo-safra. No atual cenário de constantes mudanças em que vivemos, planejar suas atividades para a próxima safra significa antecipar problemas e oportunidades. Um planejamento eficiente inclui a análise de cenários – atual e futuro –, além da estruturação de um

plano de ação para lidar com estes cenários. A etapa de planejamento e estruturação do plano de ação é o ponto de partida, mas deve ser seguida de uma boa execução e do acompanhamento do planejado, seja no dia a dia, seja por meio de indicadores de resultados/performance.

Para conseguir desenvolver um planejamento eficiente, é necessário conhecer a fundo as etapas do seu negócio, identificando as oportunidades e os riscos de cada momento. Uma ferramenta bastante utilizada no mercado é o desenho da jornada do pecuarista,

considerando-se o que é feito ao longo de cada momento do ano e desdobrando esta informação em ações relevantes para cada negócio. Assim, caso estejamos em um momento do ano em que o foco do pecuarista esteja voltado para a reprodução, devemos elencar as oportunidades que esta atividade nos traz, oferecendo as soluções certas para este determinado momento do ano.

Outra importante ferramenta que poderá ser utilizada para garantir o planejamento de um negócio é o controle de orçamento de uma atividade. Na produção agropecuária, por exemplo, devemos ter clareza da estrutura de custos de um negócio, considerando a distribuição de custos totais entre áreas-chave, como mão de obra, nutrição, medicamentos, investimento em tecnologias etc. Desta forma, caso conheça a fundo esta estrutura de custos/orçamento do seu cliente, você, agrorrevenda/distribuição de insumo, conseguirá auxiliar seu cliente a ser mais assertivo no planejamento para a próxima safra.

Na pecuária de corte, por exemplo, a nutrição é um componente essencial para o negócio. Se considerarmos, por exemplo, o custo de produção da pecuária de Ciclo Completo da Scot Consultoria¹, 60% estão correlacionados à nutrição, seja devido à manutenção anual de pastagem, seja com suplementação.

Além de sua influência direta na produção, a nutrição consome tempo e recursos, o que indica a importância em fazer um bom planejamento da mesma. Assim, ao considerar o planejamento para o início de 2020,

lembre-se de planejar as suas vendas alinhadas com a necessidade dos seus clientes. Por exemplo, para a venda de suplementação, auxilie seu cliente a planejar seus investimentos considerando fatores como preço/disponibilidade de milho, soja e sorgo, o que terá interferência direta no preço da ração utilizada na suplementação de pastagens.

Neste ano, os Estados Unidos, considerados os maiores produtores de milho do mundo, sofreram uma quebra na safra do grão devido, entre outros fatores, a questões climáticas que atrasaram sua produção. A expectativa é que, em razão dessa quebra na produção americana, o Brasil, terceiro maior produtor do mundo, tenha recorde histórico de exportação do grão. É provável que isto tenha impacto direto no preço do grão no Brasil, já que estima-se que hoje 57% de todo milho são utilizados para a produção animal. Somado a isto, prevê-se um aumento na demanda interna, seja para a alimentação animal, seja para a produção de biocombustível. Todas estas expectativas impactam os preços oferecidos aos produtores para a produção de ração e, consequentemente, o seu planejamento. Afinal, quando será a melhor hora para comprar? Será estratégico estocar parte da nutrição? Tenha clareza destes pontos para fazer uma venda mais assertiva aos seus clientes.

O conhecimento a fundo de pontos que impactam a nutrição é apenas um exemplo que reflete diretamente na rentabilidade da produção rural. Outros pontos, como acesso a crédito/capital, planejamento de comercialização, investimento em tecnologia etc.,

também devem ser considerados para se traçar um bom planejamento para o ano seguinte. No entanto, estes são temas para uma outra interação. Até lá, lembre-se: uma venda de qualidade em um mercado B2B (entre empresas) é aquela que agrega valor ao cliente, ajudando-o a ter ganhos efetivos com seu negócio, seja reduzindo custos, produzindo mais ou reduzindo riscos. Assim, entenda a fundo o negócio do seu cliente e busque agregar valor às suas vendas, ajudando-o a ser cada vez mais rentável. Tenha no planejamento um bom aliado para conseguir fazer isso de forma mais assertiva. Desejamos que 2020 seja um ano excelente a todos!

AR

Camila Guimarães

Especialista em Marketing, background acadêmico em Comunicação e mestrado internacional na Universidade Panthéon-Sorbonne (Paris) em Cultural Studies.

Julia Taveira

Consultora da Markestrat Consulting Group, especialista em projetos de Planejamento e Estratégias de Estruturação Comercial no Agronegócio, graduada em Administração de Empresas pela ESPM (SP).



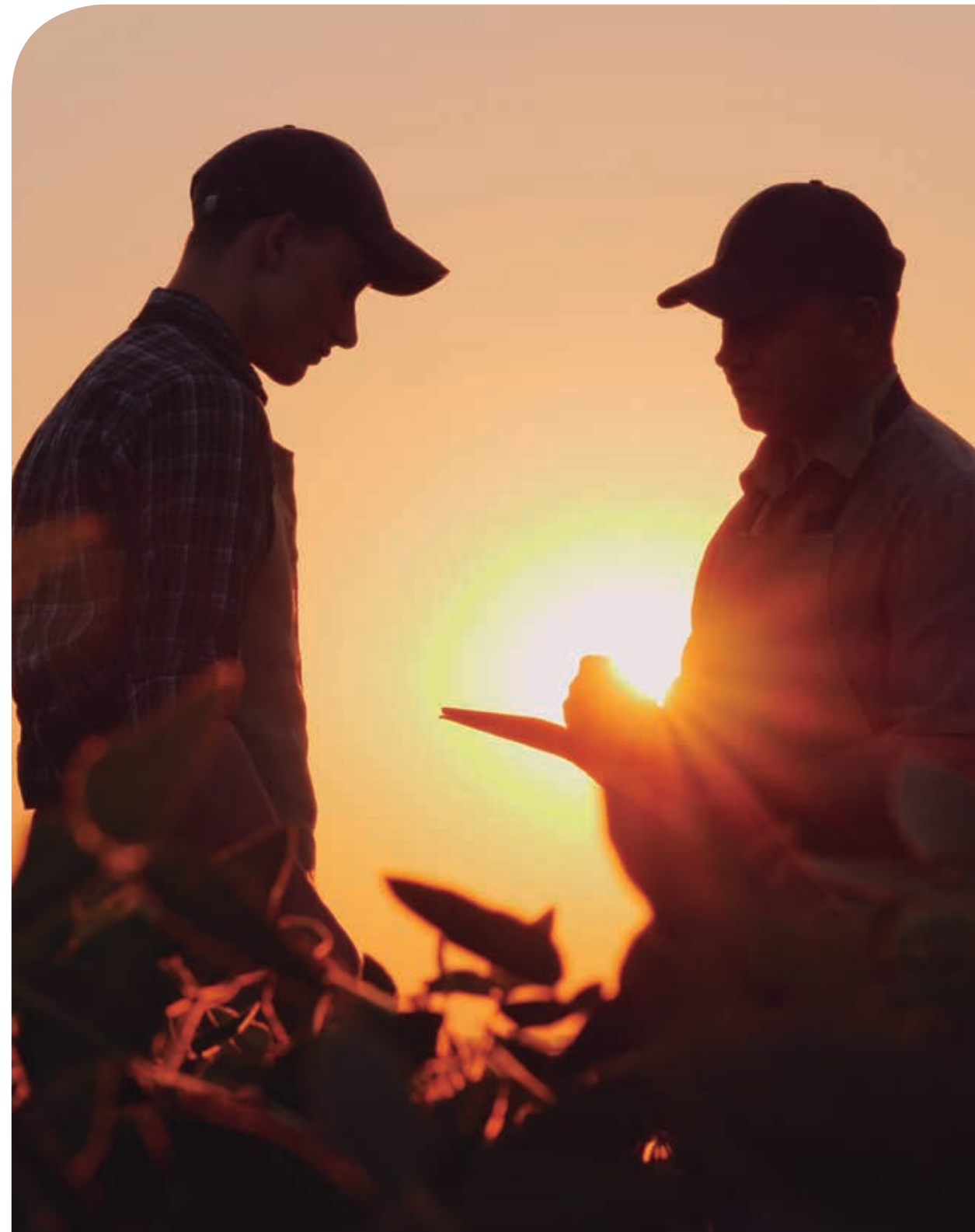
A Markestrat é uma organização que desenvolve consultoria, pesquisa e treinamento em estratégia e busca a geração e a difusão de conhecimento sobre o agronegócio brasileiro.

Site: www.markestrat.com.br
Tel.: (16) 3456.5555 / (11) 3034.3316

¹ Fonte: https://www.scotconsultoria.com.br/cotacoes/custo-producao/ciclo_completo/
² Fonte: USDA <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/app/index.html#/app/advQuery>

Período de Safra de Verão

As revendas precisam se organizar para aproveitar ao máximo o período de intenso trabalho da safra de verão



O último trimestre do ano é marcado pelo maior pico de atividades agropecuárias e, também, é o período de grande concentração de negócios, em faturamento e entregas de insumos. A partir de setembro/outubro, tem-se a época de plantio (principalmente soja) na maior parte das regiões produtoras do Brasil. Também acontecem várias atividades pecuárias, destacadamente a estação de monta e a segunda fase da vacinação contra a Febre Aftosa nas regiões de controle.

Os produtores passaram pela fase de negociação de compras, planejamento de negócios, preparação operacional e técnica e começam o plantio. O preparo do solo, a aplicação de fertilizantes e corretivos, a preparação de equipamentos, o tratamento de sementes e o início do plantio consomem recursos, insumos, trabalho e tempo. Já na pecuária, a chegada do verão e das chuvas propicia um momento de expansão e maior disponibilidade de pastagens.

Nesse cenário, as agrorrevendas e os distribuidores de insumos precisam estar preparados e organizados para atender a seus clientes, organizar o atendimento a campo, preparar a logística, as entregas, gestão de estoques, faturamento e assistência técnica. Como devem essas empresas se preparar e se organizar para aproveitar as oportunidades?

Como temos abordado com frequência nessa coluna, tudo começa com planejamento e organização. Listo aqui alguns pontos relevantes para que os agentes da distribuição, profissionais de vendas, equipe técnica e gestores possam se organizar melhor para esse período.

- **Gestão de Estoques e Logística.** Como boa parte dos insumos para plantio e manejo das fases iniciais dos principais cultivos de verão são faturados, entregues e utilizados nesse momento do ano, podem ocorrer picos de operações. Assim, organizar estoques, garantir a disponibilidade dos produtos prioritários, preparar os processos para ter agilidade de faturamento (que já pressupõe a definição de crédito prévia), separação, expedição e entregas é fundamental para a manutenção de um bom nível de serviços e atendimento aos clientes, sempre atentando à questão dos custos operacionais e à busca de eficiência.

- **Atendimento a Campo.** Como os produtores e pecuaristas utilizam vários insumos e desempenham muitas atividades de operação e manejo, aumenta a demanda sobre a equipe de campo para recomendações, suporte técnico, assistência técnica, resolução de problemas e dúvidas, bem como demais serviços e suporte. Para desempenhar bem essas atividades, uma boa gestão de carteira, com definição prévia de prioridades, agendamento de visitas/atividades com clientes e organização da equipe, é fundamental para garantir que o tempo disponível (recursos) seja bem utilizado nesse importante período.

- **Marketing e Interação com os Clientes.** Além das atividades exemplificadas acima, uma vez que os produtores estão executando operações de plantio e manejo, essa época do ano também é uma oportunidade para destacar diferenciais de produtos, serviços e manter forte interação técnica, comercial e de gestão com os clientes. Visitas, interações à distância, uso de plataformas digitais e ações de marketing serão cada vez mais relevantes para alavancar o desempenho dos negócios nessa etapa do ciclo produtivo.

- **Vendas Complementares.** Naturalmente, também surgem novas oportunidades de vendas nesse período de safra. Complemento de produtos, repiques e cross-selling devem ser planejados e executados de maneira estruturada. Para tal, as empresas que mantiverem maior proximidade e presença a campo, com suporte e boa interação/relacionamento, seguramente terão preferência e aproveitarão melhor as oportunidades de complemento de vendas e geração de novas receitas.

Assim, organizar-se, “acordar cedo”, interagir com clientes e executar rotinas técnicas e comerciais são fatores decisivos para a manutenção de relacionamentos, a diferenciação de serviços e a captura de oportunidades. Se você quer de fato aproveitar o período de verão/safra, é bom começar a se organizar. Bom trabalho!

AR

Matheus Alberto Cõnsoli

Especialista em Estratégias de Negócios, Professor, Mestre e Doutor em Engenharia de Produção e Administração



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.com.br
Tel.: (16) 3456.5555 / (11) 3034.3316



O nosso campo é limpo!

Trabalho conjunto com distribuidores e revendas do Brasil inteiro confere status mundial ao nosso País

Sistema Campo Limpo é o nome do programa brasileiro de logística reversa de embalagens vazias de defensivos agrícolas, no qual o Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias (inpEV) atua como núcleo de inteligência. Ele abrange todas as regiões do País e tem como base o conceito de responsabilidade compartilhada: agricultores, indústria fabricante, canais de distribuição e poder público têm papéis e responsabilidades específicas no fluxo de funcionamento do programa, definidas por lei. A capilaridade das ações e a excelência na articulação entre os diferentes agentes da cadeia produtiva agrícola no Sistema fazem do Brasil uma referência mundial. O País é referência na destinação ambientalmente correta de embalagens vazias de defensivos, com uma média anual de 94% das embalagens plásticas primárias comercializadas.

Além da ampla cobertura e das diferentes modalidades de recebimento – que, em algumas regiões, é feito por unidades itinerantes –, o Sistema Campo Limpo apresenta outro diferencial importante: o aperfeiçoamento constante. O Sistema acompanha a evolução da agricultura brasileira e do agronegócio, que tem crescido acima da média de outros setores industriais e de serviços. Com a expansão da fronteira agrícola e a modernização do cultivo, cresce também a utilização de insumos como defensivos agrícolas. Sem a gestão dos resíduos daí resultantes, certamente haveria impacto ambiental. Quando as embalagens são abandonadas no ambiente, ou descartadas inadequadamente, podem contaminar o solo, as águas superficiais e os lençóis freáticos. Há, ainda, o problema da reutilização sem critério das embalagens, que co-

loca em risco a saúde de animais e das pessoas.

Essa era a realidade antes da sistematização do programa de logística reversa desses materiais. Segundo uma pesquisa realizada pela Associação Nacional de Defesa Vegetal (Andef), em 1999, metade das embalagens vazias de defensivos agrícolas no Brasil naquela época eram doadas ou vendidas sem qualquer controle, 25% tinham como destino a queima a céu aberto, 10% ficavam armazenadas ao relento e 15% eram simplesmente abandonadas no campo. Desde o início da operação, em 2002, o Sistema Campo Limpo vem sendo ampliado e, atualmente, assegura a destinação ambientalmente correta de cerca de 94% das embalagens plásticas primárias (que entram em contato direto com o produto) e 80% do total de em-

balagens vazias de defensivos agrícolas comercializadas.

O inpEV conta com cerca de 100 associadas, entre empresas fabricantes de defensivos agrícolas do Brasil e entidades representativas do setor, que respondem por 85% dos custos do sistema. Desde 2002, o aporte no sistema já ultrapassou R\$ 1 bilhão. O

inpEV atua como núcleo de inteligência do sistema e representa as indústrias fabricantes e/ou registrantes de defensivos agrícolas, que têm o dever estabelecido por lei de promover a correta destinação das embalagens vazias dos produtos.

Uma rede composta por mais de quatrocentas unidades de recebimento em 25 estados brasileiros e no Distrito

Federal, gerenciadas por 267 associações de revendedores. Os produtores adquirem defensivos em cinco mil distribuidores e cooperativas. O destino final dividi-se em incineração (10%) e reciclagem (90%). Os poderes públicos respondem pela fiscalização do sistema, a orientação e o licenciamento das unidades de recebimento, além do apoio às ações educativas.



FLUXO DO SISTEMA

- Produto na prateleira da revenda
- Comercialização: nota fiscal do produtor indica local para a devolução das embalagens vazias
- Tríplex lavagem: produtor lava a embalagem e guarda na propriedade em local adequado
- Devolução: agricultor devolve a embalagem na unidade indicada na nota fiscal
- Embalagens vazias são preparadas para reciclagem ou incineração em mais de quatrocentos postos e centrais espalhadas pelo Brasil
- Fabricantes de defensivos pegam as embalagens vazias e levam ao destino final
- Embalagens não-laváveis (5% do total) e lavadas incorretamente são enviadas para incineração
- Dez recicladores parceiros transformam embalagens plásticas, metálicas, papelão e tampas em 17 diferentes artefatos (incluindo a primeira embalagem reciclada para defensivos)

RESPONSABILIDADES

- Agricultor: lavar, armazenar, devolver e comprovar
- Indústria fabricante: retirar, destinar, educar e conscientizar
- Revendas e cooperativas: indicar, receber, comprovar, educar e conscientizar
- Poder público: fiscalizar, licenciar, educar e conscientizar

FUNDAMENTOS

- Lei: determina o compartilhamento de responsabilidades
- Educação e conscientização: investimentos contínuos com foco nos agricultores e nas futuras gerações
- Integração: todos os elos da cadeia, desde o início do sistema
- Gestão de processos e informação: sistemas que orientam a tomada de decisão com foco na eficiência, produtividade, redução de custo e captura de valor

ECOEFIÊNCIA (2002 a 2017)

- Geração de empregos: oito vezes mais empregos
- Redução de resíduos: o equivalente ao gerado por uma cidade de 500 mil habitantes em onze anos
- Emissão de CO2: a quantidade de gás carbônico equivalente não emitida totalizou 625 mil toneladas
- Economia de energia: suficiente para abastecer 2,5 milhões de casas durante um ano

LINHA DO TEMPO

- 1992: Associação Nacional de Defesa Vegetal, Associação dos Engenheiros Agrônomos do Estado de São Paulo e Cooperativa de Plantadores de Cana de Guariba propõem a formação de um grupo para estudar o fluxo das embalagens vazias de defensivos agrícolas no Brasil
- 1994: projeto-piloto da estação de recebimento de embalagens vazias em Guariba (SP)
- 2000: promulgada a Lei Federal nº 9.974/00, que define as questões ligadas ao destino final das embalagens e tem como parâmetro a experiência do projeto-piloto da Andef, além de outras iniciativas regionais
- 2001: fundação do inpEV | sete entidades representativas e 27 fabricantes
- 2002: início da operação com 33 centrais de recebimento e um posto | 33 centrais de recebimento e um posto | Sistema de Logística Reversa, posterior Sistema Campo Limpo

INDICADORES DE EMBALAGENS VAZIAS CORRETAMENTE DESTINADAS (Toneladas)

• 2018: 44.700	• 2012: 37.379	• 2006: 19.634
• 2017: 44.512	• 2011: 34.202	• 2005: 17.881
• 2016: 44.529	• 2010: 31.266	• 2004: 13.933
• 2015: 45.536	• 2009: 28.771	• 2003: 7.855
• 2014: 42.646	• 2008: 24.415	• 2002: 3.768
• 2013: 40.404	• 2007: 21.129	

A Casa que pertence, atende e entende o criador

Revenda criada há 35 anos pelos sócios Paulo Van Der Laan e Markus Mueller, a Casa do Criador de Porangatu é um ícone do trabalho das revendas brasileiras



Serviços Do Criador para o Criador.

O município de Porangatu, no coração do Brasil, no Norte de Goiás, começou a tomar forma no século dezoito. No idioma Tupi, Porangatu, a 'Bela Paisagem'. Fazendo jus ao nome, Porangatu é rica em belezas naturais, com destaque para a famosa "Lagoa Grande", principal ponto turístico, localizado no centro da cidade. Sendo o maior município da região norte, Porangatu possui localização estratégica e logística favorável, sendo cortada pela BR 153 e a Ferrovia Norte Sul, facilitando o escoamento da sua grande produção na pecuária, agricultura e mineração, além de contar com aeroporto com balizamento noturno, item raro na região. Através de um comércio consolidado e um generoso parque industrial, incluindo uma das maiores usinas de biocombustível da América Latina, a cidade também conta com forte apelo econômico, tudo isso dentro de uma qualidade de vida extraordinária, com um dos menores

índices de criminalidade de todo o Estado de Goiás.

Pois foi exatamente este local que serviu de parada obrigatória para um gaúcho desbravador, de sangue brasileiro e holandês, e o seu sócio e amigo catarinense, de sangue suíço, desde a época de faculdade. Paulo Ricardo Van Der Laan e Jurgen Markus Mueller graduaram-se em Medicina Veterinária na Universidade Federal de Pelotas (RS), no extremo sul do país, e 'correram o mapa' atrás de oportunidades mais interessantes de trabalho. Paulo, hoje com 59 anos, nasceu em Pelotas (RS), em família de sete filhos. Trabalhou desde tenra idade, vendendo pastel, pipoca e raspadinha acompanhado do pai, que muito lhe ensinou. "Sempre gostei de negócio, comprar e vender. O comércio sempre me fascinou", lembra. A opção pela Medicina Veterinária deu-se porque gostava de ciências biológicas e as oportunidades que a pro-

fissão oferece no Brasil. "Desde jovem, convivi com muita gente do campo e sempre me encantou o desafio da produção rural", reforça.

Em suas andanças, já com o diploma na mão, Paulo resolveu percorrer o país. A primeira parada foi em uma fazenda em Pedregulho, na Região da Alta Mogiana paulista, indicada pelo amigo Markus, que já estava, recém-chegado, atuando na região. Depois de um ano, Paulo seguiu para Goiás, a procura de novas oportunidades, sempre tentando 'subir na vida'. "Estava determinado a empreender, expandir meus horizontes, sempre como médico veterinário. Quando você tem um propósito, precisa de ousadia e decisão. Decidir no tempo certo e arriscar". Foi quando chamou o amigo para se instalar em Porangatu.

Eles chegaram a cidade no segundo semestre de 1984 e abriram o primeiro

negócio, a 'Clínica Veterinária Carro de Boi'. Sentiram, então, a necessidade de ter um novo negócio, onde pudessem aliar as atividades que desenvolviam com as tecnologias que interessavam aos produtores rurais da região. "O objetivo foi mesclar produtos ao serviço que prestávamos. A gente indicava soluções aos fazendeiros. Juntamos a parte técnica com a comercial. Isto é, falávamos das tecnologias necessárias ao pecuarista ao mesmo tempo em que prestávamos a assistência", lembra. Foi assim que nasceu um dos nomes mais simbólicos da revenda e distribuição de insumos agropecuários do Brasil, a 'Casa do Criador', em 1985. "Outros clientes foram nos procurando e a loja tomou forma. Os primeiros produtos chegavam de distribuidoras de Goiânia. Na época, já havia muita concorrência, com várias lojas e uma cooperativa bem estruturada. Porém, vínhamos com uma proposta diferente, de oferecer serviços e produtos. Verdadeiras soluções para os clientes. Extensão rural mesmo. Trabalhar a venda como um meio de garantir produtividade e maiores ganhos ao nosso cliente. Para ele ter resultados concretos. Criar uma cultura de mercado distinta", reforça.

E a coisa pegou, embalada pelo vertiginoso crescimento do Agro Brasil e o avanço da produção em direção à região do Cerrado. "Lembro muito bem, a loja ficava em frente à igreja, na praça. Um cômodo pequeno, onde eles vendiam poucas mercadorias. E ali comecei a comprar deles. Precisava de sementes e comprava deles. Sou cliente desde essa época. E hoje não existe uma loja tão preparada e que atenda tão bem. Tanto os proprietários como os funcionários", fala o pecuarista Lourival Rodrigues.

O dia a dia era acordar bem cedo, fazer de tudo, como atender, ficar no caixa,

com o apoio de apenas um funcionário, o Wilson 'Secreta', que fazia de tudo ao lado deles. "Tínhamos o sonho de buscar esse objetivo. Sempre tivemos foco no negócio, muita persistência, e fomos criativos, inovando sempre. E é isso o que nos deixa vivo no mercado. Entender as demandas dos clientes e parceiros", explica Van Der Laan. Pertinho de completar 35 anos de atividades, a Casa do Criador mudou bastante. O modelo de loja única permanece, mas os negócios evoluíram muito. "Não ampliamos as lojas e sim optamos por empreender em outros segmentos", esclarece. Portfólio com mais de três mil produtos, um verdadeiro shopping rural. Tecnologias na veterinária, agronomia, zootecnia em serviços. Além de produtos no segmento de ferragem e ferramentas, selaria, máquinas, motores, linha doméstica, jardinagem e outros. Oferece ainda transporte próprio e terceirizado e faz um trabalho dirigido a pecuaristas e produtores que utilizam a agricultura para o setor, como sorgo, milho, soja e milho. O corpo técnico da Casa do Criador possui engenheiros agrônomos, médicos veterinários, zootecnistas e técnicos agrícolas, altamente capacitados e especializados em oferecer soluções adequadas em cada caso. "A Casa do Criador é nossa parceira há dezesseis anos porque fomos conferindo os serviços prestados por eles e os resultados que traziam para a fazenda. Eles ajudam a gente a superar nossos desafios, na Pecuária, Agricultura e Integração. Com profissionais capacitados", elogia Doutor Carlos Garcia, pecuarista e Presidente do Sindicato Rural de Porangatu.

O trabalho de seleção e capacitação dos colaboradores, também reconhecidos como construtores, é outra marca da Casa. "Meu trabalho representa muito em minha vida. Ofereceu-me uma oportunidade e aqui eu só estou



Jurgen Markus Mueller - "Ser melhor, trabalhar, persistir e sempre inovar."



Paulo Ricardo Van Der Laan - As empresas devem ser sustentáveis, ter gestão e colaboradores capazes.

crescendo. Todos me apoiam, ajudam, ensinam, pois sou ainda muito jovem", agradece Thuana Carla, que iniciou no setor de cadastro, crédito e cobrança e hoje atua como Consultora de Vendas.

"A minha história da Casa é muito longa. Comecei aqui há 21 anos. Já fiz entrega, cobrança, campo, inseminação artificial, ministrei cursos de inseminação, já fiz de tudo um pouco. Sempre de olho em deixar o cliente satisfeito. Uma melhora que não tem limites. Só precisamos de determinação. Este prédio enorme só existe porque existe o nosso cliente. É de onde tiro meu sustento, da



Casa - 10 mil clientes ativos e portfólio para produtores de 38 municípios.

minha família. Um trabalho muito digno. Tanto que hoje meu nome mudou. É Nonato Criador”, destaca o Consultor de Vendas Nonato Carvalho. Outra aposta é mergulhar sempre mais na assistência aos criadores. “A empresa sempre trabalhou com bons produtos e teve ótimos parceiros fornecedores. Isso dá tranquilidade para os técnicos fiscalizarem o bom uso das tecnologias na fazenda. E prestarem um bom serviço. A Casa está cada vez mais preocupada com o bem-estar do cliente”, define Tarcilo Parise, Médico Veterinário há trinta anos prestando bons serviços na empresa.

Atualmente, o negócio tem um novo desenho corporativo. Os sócios atuam como conselheiros enquanto um executivo faz a gestão operacional. Paulo tem dois filhos, graduados em Administração, que trabalham nas empresas do grupo e ainda tem seus próprios negócios. “O Brasil, nosso país, está procurando se organizar na economia e nas finanças. E a governança pública,

muitas vezes, interfere nos negócios da iniciativa privada. Para isso, precisamos de muita gestão para manter o negócio na linha. O nosso segmento, por exemplo, é promissor. Mas precisamos nos adequar. Trabalhar mais, organizar melhor, administrar os custos. E nunca esquecer que o meu negócio está bom se o negócio dos meus clientes e dos fornecedores estiverem bem”, reforçam Paulo e Markus.

Tanto é que Paulo e Markus repetem vários mantras há mais de três décadas. Oferecer serviços e produtos agropecuários. Fazer e realizar. Ter consistência no processo. Valorizar os colaboradores. Viabilizar e atender com qualidade, segurança, garantia, comodidade e excelência. A palavra é acreditar, não desistir dos seus ideais. Ética, sucesso, engajamento e superação. “Estamos no mercado há 34 anos, pontuando em um foco muito importante: A EVOLUÇÃO NO CAMPO, um slogan cravado em nosso DNA”, afirma Paulo.

Sobre o futuro da revenda brasileira, o executivo acredita que, empresarialmente falando, os grupos internacionais vieram para ratificar um modelo profissional, com gestão. “É modelo global de capitalismo. E esses grupos têm poder de barganha. E estão competindo regionalmente, adaptando os modelos de acordo com cada região. E pensamos exatamente assim. Este é o futuro. Gestão empresarial. Ter conhecimento, entender do negócio, ser competente, manter relacionamento com o cliente e fazer gestão de pessoas, que é o grande desafio da atualidade. Conseguir engajamento e comprometimento de todos da equipe. Este é o caminho. E trabalhamos nisto insistentemente. Para que todos deem o seu melhor. Buscar know how com treinamento, cursos e reciclagem. E ficar atentos às necessidades dos nossos clientes. Pretendemos vender pela Internet, mas revenda ainda é muito olho no olho, criar parcerias. Aqui, oferecemos isso”, acrescenta. Uma postura reconhecida por funcionários

e empresários rurais. “Trabalho aqui há 26 anos, com o desafio de atender o cliente cada vez melhor. Por isso, fazemos vários treinamentos de aperfeiçoamento. Assim, aprendemos a valorizar mais os clientes e os funcionários deles. O objetivo é melhorar a vida do homem do campo. Eu amo o que faço. E quando a gente trabalha com paixão, o limite é o céu”, fala Antonio Teixeira, Consultor de Vendas da Casa. “A Casa

do Criador representa tudo para nós. O que precisamos encontramos aqui. Eu não vou a nenhum outro lugar”, confessa o Gerente de Fazenda José Silveira, também chamado de ‘Zé Russo’.

Tanto sucesso embala a confiança no futuro do segmento nas próximas décadas. “O Brasil é o país com condições de sustentar a necessidade do mundo por alimentos. Não há outro igual. Por

isso ele é viável. Há clima, estrutura, solo, gente. E produzimos o ano todo, em praticamente todas as regiões. Só é necessário diminuir as amarras, o excesso de leis, deixar a população e os agentes trabalharem, investirem. E o sucesso da revenda passa pelo sucesso do homem do campo. O caminho é trabalhar a produção. Assim, vejo um futuro brilhante”, concluem os visionários Paulo e Markus.

AR



Negócio ainda envolve indústrias (ração, café, gelo, higiene e limpeza), fazendas e PetShop.



Vinte e quatro anos atendendo produtores rurais de Goiás e Tocantins.

MISSÃO, VISÃO E VALORES

• Missão: ‘Expandir as empresas, oferecendo, sempre, aos clientes e fornecedores, os melhores produtos e serviços com os mais elevados padrões de ética e tranquilidade’

• Política: ‘Fazer a coisa certa, profissional, pessoal e moralmente. Garantindo resultados econômicos positivos e elevada qualidade de vida a todos.’

• Jeito de ser: Respeito e dedicação às pessoas | Valorização dos colaboradores | Pensar e agir como donos | Inovação | Trabalho em equipe | Viver com amor, ser feliz, estar com Deus | Responsabilidade Social | Ética

CASA DO CRIADOR

- Unidade em Porangatú (GO)
 - 33 ‘construtores’ (colaboradores)
 - Mais de dez mil clientes ativos
 - Atuação em 38 municípios no Norte de Goiás e Sul do Tocantins
 - Outros negócios: indústrias (ração, café, gelo, higiene e limpeza), fazendas (Pecuária de Corte e Leite em Goiás e Tocantins), Pet Shop
 - Marca da Gestão: “Valorizar o trabalho em equipe e acordar o galo todo dia. Ter resiliência para enfrentar tantos desafios. Acreditar sempre e celebrar as conquistas.
- Não podemos nunca acreditar que tudo está concluído, já realizado. Porque a aventura está só começando”.

PAULO RICARDO VAN DER LAAN

- Nasceu em Pelotas (RS) | 59 anos
- Graduado em Medicina Veterinária | Universidade Federal de Pelotas
- Casado | Dois filhos
- Sonho: “O ideal é de que a empresa seja auto-suficiente, com gestão profissional, contratando pessoas capacitadas para gerir o negócio”

JURGEN MARKUS MUELLER

- Nasceu em Presidente Getúlio (SC) | 59 anos
- Graduado em Medicina Veterinária | Universidade Federal de Pelotas
- Casado | Três filhos
- Mantra: “Ser melhor, trabalhar, persistir e sempre inovar. Satisfazer expectativas, antecipar tendências”.

Grupo Publique fecha parceria com o Hospital de Amor

Em 2019, o Grupo Publique comemora 31 anos de fundação e a festa é de todos. A parceria com o Hospital de Barretos promove o valor social da empresa e é um presente sem preço



“Só uma palavra nos liberta de todo o peso e da dor da vida: essa palavra é amor.” A frase do grande pensador Sófocles se mantém atual há séculos e é cada vez mais urgente com relação a atitudes e iniciativas em prol das pessoas e comunidades necessitadas. As ações beneficentes em conjunto com institutos, entidades e ONGs se multiplicam como uma onda no terceiro setor e na iniciativa privada. E um dos projetos mais bem sucedidos do mundo, e que tem a alma e a cara do Agro do Brasil, agora conta com a parceria do Grupo Publique. O Hospital de Amor, novo nome do Hospital do Câncer de Barretos, é o maior complexo de tratamento oncológico do País. Fundada em 1967, a entidade nasceu, cresceu e se consolidou como referência graças a doações de pecuaristas, fazendeiros, empresas das cadeias produtivas e dos sertanejos que fazem sucesso na música.

Mantida pela Fundação Pio XII, a instituição de saúde filantrópica conta com unidades nas regiões Centro-Oeste, Nordeste e Norte, sendo três hospitais em São Paulo e Rondônia, alas fixas de prevenção ao câncer em seis municípios e projetos itinerantes. Com média de 4.100 atendimentos a pacientes por dia e mais de 400 médicos que trabalham em período integral com dedicação exclusiva, é o hospital que mais atende a casos de câncer pelo (SUS) no Brasil, em 18 especialidades, e trabalha com um déficit mensal de R\$ 23 milhões.

Como parceira do Hospital de Amor, a Publique vai focar seus talentos e habilidades na prospecção e no envolvimento de um número maior de benfeitores, doadores e voluntários. A gestão de redes sociais do pecuarista Rubikinho de Carvalho, atual coordenador do projeto “Agro contra

o Câncer”, a produção de conteúdo jornalístico e a criação de campanhas publicitárias na plataforma de produtos da Publique - que contempla o site da agência, o canal e a revista AgroRevenda e o programa Fala Carlão - são atribuições assumidas.

“O Agro faz muito e mostra pouco. A discrição é uma característica natural dos indivíduos envolvidos com o mundo rural. O próprio Henrique Prata, quando começou a ‘passar o chapéu’ de cowboy dele, não podia imaginar a proporção que esse movimento tomaria. Acredito que a Publique tem muito a contribuir com a comunicação da entidade e fazer com que mais gente escute esse chamado de amor ao próximo, pois, quanto mais o Hospital se estrutura, mais recursos são necessários”, comenta o CEO do Grupo Publique, Carlos Alberto da Silva.

Levar a mensagem do Hospital de Amor e conseguir a aproximação com um número maior de empresas e indústrias ligadas ao setor produtivo é um dos propósitos da parceria. “A partir de agora, todos verão as marcas do Hospital de Amor nas nossas publicações e materiais de audiovisual, certificando que somos uma empresa parceira oficial. Isso estimula a nossa vontade e agiganta a Publique como uma interlocutora do Agro. A jornada para os 40 anos de trabalho especializado começa agora e estou muito feliz por saber que toda a equipe do Grupo Publique já abraçou a causa do Hospital de Amor e está com a cabeça cheia de ideias”, completa Carlão.



Carlão da Publique com Rubikinho de Carvalho.

Rubikinho de Carvalho resalta a importância dos parceiros na missão de salvar vidas e da comunicação para facilitar a aproximação com novos patrocinadores. “A Publique tem uma história bonita e de destaque junto ao Agro e está próxima das pessoas mais influentes do todo o setor. Eu tenho certeza de que será eficiente no objetivo de abrir novas portas, promover o ‘Agro contra o Câncer’, projeto que responde pelo maior volume de recursos do Hospital de Amor, e aproximar pessoas que podem fazer a diferença”, afirma o coordenador da entidade.

Sobre a Publique - O Grupo Publique atua no Agronegócio do Brasil desde 1988 e mantém negócios como a

Agência de Publicidade, Propaganda e Marketing; a Plataforma AgroRevenda e o Programa Fala Carlão. A sede do Grupo Publique fica na Estrada Municipal do Bairro dos Mirandas, em Porangaba, a 160 quilômetros da capital paulista, sendo a única agência brasileira efetivamente com os pés fincados na zona rural. Possui quinze profissionais espalhados por oito cidades brasileiras, produzindo nos setores de criação, comercial, conteúdo e administrativo. É dirigida por Carlos Alberto da Silva, o ‘Carlão da Publique’, jornalista, escritor, cronista, técnico agrícola e produtor rural. Carlão já presidiu a Associação Paulista dos Criadores de Gir Leiteiro (APCGIL), tendo se dedicado à criação da raça durante mais de dez anos. Ainda é membro do Conse-

lho Superior do Agronegócio (COSAG) da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP). Foi editor do AgroGuia (Folha de São Paulo), da Revista Gir Leiteiro (ABCGIL) e da Revista A Zootecnia (ABZ). Atualmente, é publisher das revistas Senepol e AgroRevenda, editor e membro do Conselho Editorial da revista Noticiário Tortuga | DSM e de várias publicações customizadas para clientes do Grupo Publique. Conquistou os prêmios especiais Nelore Fest 2001 e Beef Expo 2015, foi eleito, em 2012, Homem da Mídia pela Associação Brasileira de Criadores (ABC), recebeu a Comenda Indubrasil em 2019 e foi homenageado como Personalidade pelos criadores de Gir e Girolando do Rio Grande do Sul, em agosto deste ano. 

Fernando Farias é Avicultura MSD



Fernando Farias - Diretor da Unidade de Avicultura da MSD Saúde Animal.

O novo diretor da unidade de negócios de Avicultura da MSD Saúde Animal está há nove anos na empresa, onde assumiu diferentes postos e acumulou vasta experiência. Formado em Medicina Veterinária pela Universidade Federal de Santa Maria, Fernando tem pós-graduação em Gestão Empresarial pela Fundação Getúlio Vargas e possui certificação em Key Account Management Programme pela Cranfield School of Management,

da Inglaterra. Nos últimos dois anos, ocupou a Gerência Nacional de Vendas, depois de atuar como Gerente de Contas Chaves e Coordenador de Território em Avicultura. Já passou em outras empresas do setor, como a Doux Frangosul. "Trabalharei em prol do crescimento do mercado de avicultura e da saúde animal no Brasil por meio da inovação, que hoje tem um papel estratégico no aumento da produtividade dos nossos clientes", garantiu. **AR**

Nufarm Brasil reforça estrutura



Fernando Manzeppi - Diretor Executivo de Marketing da Nufarm Brasil.

A Nufarm Brasil está ampliando sua estrutura de marketing, produtos e negócios com vistas à safra 2019 | 2020. O engenheiro-agrônomo Mario Drehmer assumiu a gerência para o Mercado de Pastagem na América Latina, porém ainda é responsável pela área de Segurança de Produtos e Meio Ambiente. O executivo tem 12 anos de empresa e ocupou até recentemente a gerência de Herbicidas, que agora passa às mãos do engenheiro-agrônomo Murilo Borges, que era o líder de Trade Marketing da Regional

Sudeste da companhia, centralizada em Ribeirão Preto (SP). Já a Regional Sudeste da Nufarm está agora sob a liderança do engenheiro-agrônomo Paulo Desenso, Mestre em Produção Vegetal, enquanto o engenheiro-agrônomo Wagner Seara passa a ser gerente de Tratamento de Sementes. "Além de um time comprometido com a rentabilidade do agricultor, a empresa irá ampliar seu portfólio de soluções aplicáveis aos principais desafios do agronegócio", garantiu Fernando Manzeppi, Diretor Executivo de Marketing da Nufarm Brasil. **AR**

Vaccinar cria gerência comercial

Com o objetivo de atender ao segmento de nutrição animal, que está em franca expansão, a Vaccinar acaba de criar uma nova gerência comercial, a Gerência Nacional de Aditivos, e Antônio Costa Guerreiro Neto assume a área. Graduado em Zootecnia e Mestre em Nutrição e Alimentação Animal pela Faculdade de Medicina

Veterinária e Zootecnia da Universidade Estadual Paulista (UNESP), campus de Botucatu (SP), Guerreiro possui mais de 30 anos de experiência nas áreas técnica e de gestão comercial. "Nosso desafio é desenhar a estratégia comercial desta linha, alinhada aos objetivos estratégicos da Vaccinar", explica Antônio Guerreiro **AR**



Antônio Costa Guerreiro Neto (Gerência Nacional de Aditivo) - Desenhar a estratégia comercial com o objetivo estratégico da empresa.



A CASA DO FOSQUIMA

50 anos de respeito
pelo produtor rural



Casa Bugre e Agrivalle lançam adjuvante



HiperFixx® incrementa a cobertura foliar, sem alterar o volume de uma aplicação.

As empresas Casa Bugre e Agrivalle trazem ao mercado um novo adjuvante neutro adequado às novas tecnologias e que torna o trabalho no campo ainda mais eficiente. O HiperFixx® foi criado para incrementar a cobertura foliar, sem alterar o volume de uma aplicação, resultando em maior absorção e, consequentemente, maior eficácia. Ele é composto pela junção equilibrada de cinco matérias-primas em proporções diferentes, que, juntas, garantem melhor desempenho na

aplicação e potencializam o efeito dos produtos aplicados. O adjuvante possui formulação completa, aumenta a aderência dos compostos aplicados e padroniza o tamanho das gotas na aplicação. O mercado de adjuvantes agrícolas deve atingir um volume de 312,8 mil toneladas e somar US\$ 3,594 bilhões até 2021. “O HiperFixx® é capaz de potencializar a qualidade e a produtividade dos sistemas de produção”, destaca o Coordenador de Marketing da Casa Bugre e Agrivalle, Matheus Angeli Castanheira. **AR**

Ourofino lança Mastifin



Mastifin - Antimicrobiano eficaz contra micro-organismos

Em vigor desde maio deste ano, a instrução normativa 77 do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) exige dos produtores de leite o controle sistemático da mastite, doença que aparece na forma subclínica e clínica. Para barrar o avanço da doença na fase de lactação, a Ourofino Saúde Animal traz a nova versão do Mastifin, produto líder no protocolo de controle da patologia. Disponível nas revendas a partir deste mês, o produto está ainda mais seguro com algumas mudanças. A formulação está com a principal

molécula presente no produto atualizada. À base de Gentamicina, o Mastifin é um antimicrobiano eficaz contra micro-organismos, como *Corynebacterium bovis*, *Enterobacter aerogenes*, *Escherichia coli*, entre outros. Com relação à carência, agora o período passou para 7,5 dias para a coleta do leite produzido pelo animal medicado. “É importante o produtor atentar aos prazos indicados na bula, para garantir a segurança do alimento que é destinado ao consumidor final”, salienta Gustavo Paranhos, gerente de produto da Ourofino. **AR**

Azoslow, o fertilizante ILSA Brasil



Azoslow apresenta 29 de nitrogênio total em sua composição, além de alto teor de carbono orgânico.

Entre os principais produtos da nova fábrica da ILSA Brasil está o Azoslow, um fertilizante organomineral peletizado que se destaca por conter em sua formulação uma fração de nitrogênio de liberação lenta, oriundo do Azogel®, em associação com nitrogênio proveniente de ureia. A utilização do Azoslow permite uma redução no número de aplicações de nitrogênio administradas nos cultivos, levando a uma maior economia e racionalização de máquinas, equipamentos e mão de obra, como já foi comprovado por pes-

quisas científicas no Brasil. Produtores do RS, SC e SP estão comprovando estes resultados na prática.

O Azoslow apresenta 29% de nitrogênio total em sua composição, além do alto teor de carbono orgânico. “O produto libera uma parte do seu nitrogênio de forma lenta, mediada pelos microrganismos do solo, o que garante maior disponibilidade deste nutriente e por mais tempo”, explica Thiago Stella de Freitas, Diretor de Marketing da ILSA Brasil. **AR**

Quimatic Tapmatic lança protetivo



Protetivo protege máquinas agrícolas da corrosão.

Para atender os produtores que desejam manter suas máquinas agrícolas sempre bem protegidas, conservadas e com aspecto de novas, a Quimatic Tapmatic lança o Protetivo Agro Alto Brilho. A novidade forma sobre a superfície uma película semissecativa brilhante e transparente, que protege contra a corrosão e deixa as máquinas e implementos agrícolas com o aspecto de novos por mais tempo.

Indicado para equipamentos que ficarão armazenados em ambien-

tes fechados durante a entressafra, o Protetivo Agro Alto Brilho pode ser aplicado em máquinas e veículos agrícolas de pequeno a grande porte, além de peças, ferramentas e utensílios de uso geral no campo. Resistente, o produto protege os equipamentos contra a corrosão por um longo período. Com o novo produto, a Quimatic Tapmatic passa a disponibilizar para o setor sucroenergético duas opções de protetivos: Protetivo Agro Alto Brilho e Protetivo Agro Super Proteção, que já está no mercado há cerca de cinco anos. **AR**

Rotam lança herbicida

A Rotam do Brasil, multinacional com sede em Hong Kong e polo de fabricação na China, acaba de lançar um novo herbicida para gramíneas anuais e perenes, em especial o capim-amargoso (*Digitaria insularis*). Tem, também, indicação para manejo na pré-semeadura (dessecação) da soja. O Freno 240 EC, de princípio ativo Cletodim, tem ação pós-emergente, sistêmico, altamente seletivo para as culturas de algodão, alho, batata, café, cebola, cenoura, feijão, fumo, mandioca,

melancia, soja e tomate.

O capim-amargoso é um problema frequente no País e, na maioria das vezes, é resistente ao ingrediente ativo Glifosato. A planta invasora é comum em várias regiões do Brasil, principalmente no Sudeste, infestando as principais lavouras anuais e perenes. A perda de produtividade da soja, por exemplo, pode atingir até 80% da safra. Esta é uma espécie com capacidade reprodutiva, a planta pode chegar a produzir 100 mil sementes.



Freno 240 EC combate o Capim-amargoso e é usado no manejo na pré-semeadura da soja.

Yes lança novo GlucanGold



GlucanGold - Estimulante do sistema imune de peixes, camarões, aves, suínos, bovinos, ovinos, caprinos, equinos, cães e gatos.

A Yes, empresa que desenvolve soluções biotecnológicas para nutrição animal, está lançando o novo GlucanGold, que conta em sua composição com 60% de betaglucanos purificados, estimulantes do sistema imune do animal, com dosagens diferenciadas para tratamento e prevenção de enfermidades. A solução é indicada para a aquicultura, principalmente na produção de peixes e camarões, aumentando a resistência e proteção contra desafios sanitários, impactando de forma positiva sua sobrevivência e minimizando o efeito imunossupressor de fatores antinutricionais na ração. O

produto ainda traz como benefícios aos produtores lotes mais homogêneos, melhor resposta vacinal e maior resistência a patógenos e parasitas, resultando em desempenho zootécnico superior e custos de produção otimizados. "A nova demanda por alimentos produzidos sem o uso de antibióticos faz com que os imunomoduladores se destaquem como excelentes opções no auxílio da sanidade de espécies aquícolas", afirma Luciano Roppa, CEO da Yes. O produto também pode ser consumido por aves, suínos, bovinos, ovinos, caprinos, equinos, cães e gatos. AR

YaraVita Grãos equilibra os nutrientes



YaraVita para uso em grãos.

A Yara apresenta uma solução nutricional completa para suprir a deficiência nutricional em algumas culturas brasileiras, o YaraVita Grãos. O fertilizante foliar, que oferece nutrientes específicos no local exato de aplicação, melhora o desempenho das plantas e os níveis de produtividade da lavoura, e pode ser aplicado em diversos momentos do estágio das culturas. O produto pode ser utilizado em soja, milho, trigo e algodão, além de arroz e feijão, e está disponível em embalagens de dez litros. "A Yara está sempre de-

envolvendo soluções nutricionais que melhoram a rentabilidade e a produtividade dos produtores brasileiros. Desta forma, o YaraVita Grãos vem para suprir uma característica nutricional do solo brasileiro: a deficiência simultânea de nutrientes. O produto, que traz tecnologia diferenciada de formulação e equilíbrio nutricional, permite a absorção de nitrogênio, manganês, cobre, zinco e magnésio pela planta ao mesmo tempo, aumentando a produtividade da lavoura", disse Guilherme Xavier, gerente de produtos YaraVita. AR

Homeopatia Real H facilita parto

Um dos desafios mais comuns da reprodução é a metrite, que, geralmente, acontece no período pós-parto. Ela é uma infecção do útero causada principalmente por bactérias. Os prejuízos afetam diretamente a cadeia reprodutiva e, também, o bolso do produtor. Matrimax é um produto homeopático que facilita o parto, reduzindo as complicações, auxilia na involução uterina e diminui a ocorrência dos partos distócicos e da retenção de placentas.

Na Granja Sem Limites, da família MatiuZZi, em Terra Roxa (PR), o de-

safio comprometeu a produção por um longo período, até a chegada da homeopatia da Real H. "O Matrimax está 100% nos nossos animais, o produto está comprovado e aprovado", garante Marcos MatiuZZi. De acordo com ele, vários desafios acometiam a Granja Sem Limites quando foi adquirida pela família.

"Quando assumimos a propriedade, os antigos donos abandonaram por conta de mastite, carrapatos e verrugas. Hoje, mastite é raridade por aqui e mais de 80% dos animais não têm carrapatos", afirma. .



Matrimax 600g.

Além do Matrimax, a Granja Sem Limites utiliza também Carrapat 100, para prevenção e tratamento de carrapatos, Mast 100, que previne as mastites clínicas e subclínicas, Parasit 100, controle de endo e ectoparasitas, e Papilomazin, para tratamento preventivo e curativo da papilomatose bovina. AR

Bayer reconhece a AgRoss como o Maior Distribuidor Atacadista de Roundup do Brasil!



Luiz Ceará (TV AgRoss), Marcel Ponce (Diretor Roundup - Bayer), Luiz Rossi (presidente AgRoss), Pelerson Schiavuzzo (RTV Bayer), Vado (diretor Comercial AgRoss) e Fabio Roberto (gerente Bayer - Rio Grande do Sul).

Com mais de 22 anos de comprometimento e lealdade com a marca Roundup, a AgRoss recebe prêmio por ser o maior distribuidor atacadista do Brasil. Entrevistamos João Henrique Tafner, Gerente de Vendas Brasil da AgRoss, para sabermos um pouco de como essa história vem sendo construída ao longo dos anos.

AgroRevenda - Como começa a história do Roundup dentro da AgRoss?

JH: Olha, posso dizer que a história da AgRoss está muito ligada a trajetória do Roundup na redistribuição.

Em 1997, quando a AgRoss surge, as revendas agrícolas do mercado tinham muita dificuldade em conseguir comprar o Roundup do fabricante e a AgRoss chega com uma solução para ambas as partes. Antes da abertura da AgRoss, o mercado de redistribuição era uma porta de entrada para produtos genéricos e estes participavam de uma fatia significativa do Roundup.

AgroRevenda - Quais seriam os benefícios para o fabricante e para as revendas?

JH: Com relação ao fabricante, o trabalho da AgRoss chega como uma solução para fazer com que seu produto chegue nas médias e pequenas revendas, em volumes menores, de forma legalizada, com segurança e agilidade. Utilizamos frota própria, totalmente adequada ao atendimento da legislação de transporte de defensivos agrícolas e realizamos as entregas no tempo médio de 36 horas, o que torna a entrega do produto bem rápida para as revendas. Com relação às revendas, a entrada da AgRoss no mercado com o Roundup, resolveu um grande problema que era o acesso ao produto. Antes, para uma revenda conseguir comprar Roundup, era necessário que adquirir o produto diretamente do fabricante e em grandes volumes.

AgroRevenda - Essas revendas não conseguiam comprar de outra empresa

sem que fosse o fabricante?

JH: Até conseguiam comprar de uma outra revenda maior, que era cliente do fabricante, mas depois iria concorrer com ele no campo, atendendo produtores rurais, coisa que a AgRoss não faz. Somos parceiros de nossos clientes e não concorremos com ele no campo.

AgroRevenda - Essas eram então as únicas formas de uma revenda comprar Roundup, Fabricante ou um canal concorrente?

JH: As revendas tinham ainda a opção de comprar o Roundup e outros produtos de bolsas de insumos, o que é ainda pior, pois esse tipo de revendedor (bolsa) não consegue garantir a procedência desses produtos e as revendas acabam correndo o risco de adquirir produtos falsificados e até mesmo produtos roubados. Enfim, a união entre AgRoss e Roundup só trouxe benefícios para todos setores envolvidos. Fabricantes, revendas e os pequenos produtores que passaram a ter acesso ao

Roundup em pequenos volumes e de forma segura.

AgroRevenda - Como a AgRoss conseguiu fidelizar tantos clientes com Roundup.

JH: A nossa forma de trabalhar é um diferencial importante no mercado. Nós não vendemos apenas o Roundup; nós fazemos um trabalho com nosso cliente, que ao comprar Roundup da AgRoss, ele adquire também segurança para o seu negócio. Não concorremos com nosso cliente no campo. Além disso, ao longo dos anos viemos desenvolvendo várias campanhas relacionadas ao Roundup, para posicionar em nossos clientes frente aos genéricos. Além de promovermos constantemente, treinamentos técnicos aos nossos clientes.

AgroRevenda - Com relação as campanhas que você citou acima, como funcionam?

JH: Dentre essas campanhas, destaco algumas delas como "Roundup Fiel", "Roundup Premiada", "Raspadinha Premiada" e "Troque e Ganhe", que é hoje o programa de relacionamento mais reconhecido dentre as revendas

agrícolas. Essas campanhas são ligadas à premiações, mediante a compra do Roundup.

AgroRevenda - A AgRoss tem clientes em quase todo o Brasil, como vocês se comunicam com essas revendas na velocidade que a informação de mercado pede?

JH: Usamos de várias ferramentas. Acredito que a mais ágil e mais acessada seja a "TV AgRoss", que é nossa tv interativa, onde apresentamos palestras técnicas, gravações no campo, sorteio de brindes e inúmeras outras ações de forma interativa, nos comunicando ao vivo semanalmente, com aproximadamente 2000 revendas.

AgroRevenda - Como você enxerga o futuro do Roundup e a AgRoss?

JH: Como disse, a AgRoss é leal ao seu cliente e somos da mesma forma com nossos fornecedores. Hoje a Bayer pode contar com fidelidade da AgRoss em continuar redistribuindo o Roundup, como único e exclusivo glifosato dentro da nossa empresa. Esses mais de 22 anos de comprometimento nos fez e nos manterá



sendo reconhecidamente o "Maior Distribuidor Atacadista de Roundup do Brasil".

AgroRevenda - O que significa para você e sua equipe esse reconhecimento por parte da Bayer?

JH: Com certeza esse reconhecimento nos motiva muito, para que cada vez mais possamos nos dedicar em entregar sempre o melhor resultado. Sabemos que a nossa batalha diária em relação aos produtos genéricos e produtos de mercado paralelo é muito grande, mas já fazemos isso a 22 anos e tenho certeza de que esse reconhecimento nos mostra que nosso trabalho vem sendo muito bem feito e nos obriga a continuar com esse trabalho de excelência.

AR



Campanha realizada em 2002



Campanha realizada em 2008



Campanha realizada em 2019

Conheça mais sobre a AgRoss acessando o site www.agross.com.br

Fórum LIDE debate Novo Mundo

Evento reforçou a necessidade de o Brasil investir em comunicação e na abertura para novos mercados



Rodrigo Garcia, vice-governador de SP - "Iniciamos a produção do primeiro veículo híbrido do mundo.

Mergulhar sem medo e com determinação para se comunicar com a sociedade brasileira e do planeta inteiro. Abrir o mercado interno ao máximo e importar muito mais produtos para alcançar inserção internacional. Entender que um mundo novo está surgindo, com consumidores exigentes para produto de qualidade e sustentabilidade social e ambiental. Este novo comportamento foi o principal conselho dado por duzentos presidentes de corporações, dirigentes de empresas, líderes de cooperativas, especialistas no setor e autoridades durante o 8º Fórum LIDE de Agronegócios, promovido em Ribeirão Preto (SP), no início de outubro, e que teve como tema central "A inserção

internacional do Agronegócio", com discussões sobre novos mercados, segurança jurídica, marcas, tecnologia e meio ambiente.

"Estamos comemorando 40 anos do carro à álcool. Já produzimos 40 milhões de veículos e, atualmente, substituímos 46% da gasolina utilizada, uma economia de três bilhões de barris de petróleo. É um exemplo da força do Agronegócio, que vai continuar ajudando o Brasil a crescer e se desenvolver", defendeu o Chairman do LIDE Ribeirão Preto, Maurílio Biagi, que abriu o evento. Rodrigo Garcia, vice-governador do estado de São Paulo, seguiu na mesma linha e destacou o mais novo lançamento da força indus-

trial e agrícola do País. "Iniciamos a produção do primeiro veículo híbrido lançado no mundo. Na unidade da Toyota, em Indaiatuba. Estamos no caminho certo e vamos vencer. Com um Estado do tamanho justo, abrindo portas para o empreendedorismo avançar", afirmou Rodrigo Garcia.

Foi o pontapé inicial para uma série de rápidas análises de autoridades, como do secretário adjunto de Comércio e Relações Internacionais do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Flávio Bettarello; de Manuel de Queiroz Pereira Calças, presidente do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo; do secretário estadual da Agricultura e Abastecimento

"Nos últimos 40 anos, nossa inserção internacional é um fracasso."

Marcos Troyjo, Ministério da Economia



do Estado de São Paulo, Gustavo Junqueira, e do prefeito da cidade-sede, Duarte Nogueira.

Na sequência, foram realizados painéis dinâmicos sobre assuntos previamente definidos. "Precisamos investir firme em ciência, tecnologia e inovação para permanecermos como um setor produtivo, rentável e competitivo", defendeu Mônica Bergamaschi, presidente do LIDE Agronegócios. "É necessária uma boa comunicação, a todo instante. Não podemos depender da mídia tradicional, pois ela não vai apoiar o agronegócio. Muito pelo contrário. E também precisamos ser mais incisivos com as potências poluidoras, como os Estados Unidos e as nações da Europa. Se eles querem ajudar a manter a Amazônia, têm que por dinheiro em jogo. E atuar junto das ONGs mais modernas, mais sérias. Afinal, elas representam a sociedade moderna", pontuou Caio Penido, presidente do Grupo de Trabalho da Pecuária Sustentável (GTPS).

"Nos últimos 40 anos, a nossa inserção internacional foi uma aula de fracassos e estagnação. Por outro lado, Alemanha, Japão, China, Coreia do Sul e Chile têm o comércio internacional como força motriz de desenvolvimento. Exportar não é mais o que importa. Há 42 anos, os Estados Unidos, maior economia do planeta, não têm superávit comercial", analisou Marcos Troyjo, secretário especial de Comércio Exterior e Assuntos Internacionais do Ministério da Economia. Ele ainda reiterou que há acordos importantes em negociação com a Coreia do Sul, México, Canadá e EUA, mas o essencial é o Brasil fa-

zer antes um acordo consigo mesmo, implementando as reformas estruturais necessárias para alavancar a prosperidade do País.

Visão mais do que corroborada pelo professor de agronegócios do Insper e da ESALQ-USP, Marcos Jank. "O agro brasileiro representa 20% do PIB, já teve várias conquistas como a internacionalização e o aumento de produtividade, sendo o terceiro maior exportador mundial. Por outro lado, o País exporta sete vezes mais do que importa e não avança porque não faz barganhas. EUA, União Europeia, China e Canadá, por exemplo, importam mais do que exportam. O fato é que, para vender mais, tem que comprar mais. O acordo Mercosul - União Europeia tem a sua importância, mas o segmento precisa focar o que realmente importa, que são os mercados da Ásia e da África. Vejam, o leste e o sudeste asiático, mais o Oriente Médio, importam US\$ 420 bilhões em produtos agropecuários, mas apenas 10% são procedentes do Brasil. E essa região representa 54% das exportações do setor brasileiro. A redução tarifária é fundamental para conseguirmos avanços nos acordos comerciais tão necessários para nossas exportações. A Austrália, por exemplo, tem cobertas 100% de suas exportações do agro por acordos comerciais. O Chile está indo para o mesmo caminho e nós estamos ficando para trás", alertou Jank.

Já Ligia Dutra, superintendente de relações internacionais da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), preferiu apontar que o Brasil

desperdiça um grande potencial de venda de produtos diversos, como laticios, mel, pescados e cafés especiais. "Produzimos bem, mas somos pessimistas para contar nossa história e vender nossos produtos. Um grande gargalo é o fato de a industrialização ser muito cara no Brasil. Fica mais barato industrializar o café especial na Itália, por exemplo. Temos que nos precaver para não perdermos mercados, já que há uma tendência de queda de consumo de produtos básicos na Ásia e um aumento de consumidores que exigem produtos mais elaborados", advertiu Ligia Dutra.

A questão ambiental foi outro tema quente, sendo que o presidente da Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG), Marcello Brito, foi taxativo ao afirmar que o País acabou sendo o foco de uma avalanche de notícias negativas no mundo inteiro em agosto, porque o setor não tem a coragem de assumir o discurso de que é contrário ao desmatamento ilegal e à grilagem. "Foram 144 milhões de tuites com notícias negativas sobre o Brasil em apenas sete meses deste ano. Só em agosto, o acumulado subiu para 240 milhões. O setor precisa se reinventar, ter presença física em todos os fóruns

de discussão sobre agro no mundo para defender a sustentabilidade da produção agropecuária brasileira. Cerca de 95% das propriedades brasileiras rurais produzem totalmente na legalidade. Por que não comunicar isso ao mundo? Política ambiental é uma ferramenta comercial e nós temos toda a força para usar isso”, pregou.

“Nós perdemos a guerra na questão da lambança das narrativas sobre as queimadas da Amazônia porque não fomos capazes de fazer uma comunicação única”, concordou a deputada federal Joice Hasselmann (PSL-SP). “Comunicar melhor, não fugir, integrar-se à sociedade, explicar. Iluminar todas as qua-

lidades do agro brasileiro na geração de emprego e riquezas, produção de inúmeros produtos, como alimentos, saúde, higiene, riqueza e tecnologia”, sacramentou Marcos Quintela, CEO do VMLY&R Group no Brasil e presidente do LIDE COMUNICAÇÃO.

Uma das novidades desta edição foi o “Prêmio Startup”. Em parceria com o Onovolab, maior centro de inovação independente do País, o LIDE reconheceu as melhores ideias e soluções focadas para o setor. No encerramento, houve uma homenagem especial a Aldo Rebelo, relator do Novo Código Florestal, por sua trajetória e atuação em prol do setor ao longo dos anos. **AR**



8º Fórum LIDE de Agronegócios - A inserção internacional do Agronegócio.



Mônica Bergamaschi, presidente do Lide Agronegócios – Precisamos investir em Ciência, Tecnologia e Inovação.

PRÊMIO LIDE AGRONEGÓCIO 2019

- Entidades de representação: Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA) e Sociedade Rural Brasileira (SRB).
- Alimentos e bebidas: Coplacana, Natural One e Sococo
- Insumos: Santa Clara Agrociência, Netafim e Longping High-Tech
- Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação: Embrapa Pecuária Sudeste (Programa Balde Cheio), Centro de Cana IAC e UNESP Botucatu
- Sustentabilidade: Socicana, Inpev, Grupo Balbo/ Native
- Tecnologia no Agro: Bevap, TMA e TGM

O LIDE é uma organização de caráter privado, que reúne empresários em diversos países, defendendo a livre iniciativa do desenvolvimento econômico e social, assim como a defesa dos princípios éticos de governança corporativa no setor público e privado. Fundado no Brasil em 2003, o LIDE é formado por líderes empresariais de corporações nacionais e internacionais, que se preocupam em sensibilizar o empresariado brasileiro para a importância de seu papel na construção de uma sociedade ética, desenvolvida e consciente. Atualmente, o grupo conta com unidades regionais, internacionais e setoriais, totalizando 25 frentes de atuação. Para informações adicionais, basta acessar lideglobal.com.

Sociedade Rural faz 100 anos

Plataforma AgroRevenda prestigia festa especial no Jockey Club de São Paulo



Ministra Teresa Cristina e Marcelo Vieira (SRB) premiam cavalo vencedor em um dos oito páreos especiais.

Centenas de personalidades lotaram o Jockey Club de São Paulo, no fim de setembro, para comemorar os 100 anos da Sociedade Rural Brasileira (SRB). Produtores rurais, empresários, parlamentares e lideranças do setor participaram de um jantar e acompanharam páreos de corridas de cavalo na pista, cada um homenageando uma cultura do agronegócio brasileiro. O evento contou, ainda, com a presença da Ministra da Agricultura, Tereza Cristina, do Governador de São Paulo, João Doria, do prefeito da capital paulista, Bruno Covas, de deputados estaduais, federais e senadores.

Os convidados foram recepcionados pelo presidente da SRB, Marcelo Vieira, que falou da satisfação em representar a entidade em um momento histórico.

“As legislações ambiental e trabalhista praticadas no Brasil estão entre as mais completas e exigentes do mundo. Isso torna a produção nacional uma das mais sustentáveis do mercado mundial”, afirmou Marcelo Vieira.

A ministra Tereza Cristina e o governador João Doria ressaltaram o empenho em mostrar ao mundo as vantagens da produção nacional, que, nos últimos anos, consegue aliar desenvolvimento e preservação ambiental. Tereza Cristina falou do encontro recente com ministros do BRICS (bloco formado por Brasil, Rússia, China, Índia e África do Sul) e contou como as autoridades internacionais ficaram encantadas com o que viram no Brasil. A ministra também parabenizou os homens e mulheres que ajudaram a fazer da SRB uma das entidades associativas que melhor

representam a força do agronegócio brasileiro. “Isso mostra por que a agricultura está na vanguarda e puxando a economia”, reforçou.

João Doria falou da recente viagem à Ásia, onde visitou a China e o Japão. Segundo o governador, a partir do ano que vem, 10% dos 250 milhões de novos veículos da China serão aditivados com etanol do Brasil, produzido em São Paulo. “Tenho visto conhecimento e esforço da ministra para trabalhar essas vantagens do agro”, disse Doria.

A cerimônia teve, ainda, a presença dos ex-presidentes da SRB, Flávio Teles de Menezes, Pedro de Camargo Neto, Roberto Rodrigues, João de Almeida Sampaio Filho, Cesário Ramalho e Gustavo Diniz Junqueira, atual secretário de Agricultura e Abastecimento de São Paulo. **AR**

A vacinação que fez história!

SINDAN, indústria e milhares de revendas comemoram o primeiro uso da nova vacina bivalente 2 ml contra Febre Aftosa



Mesa Redonda com Alcides Torres (Scot Consultoria), Daniella Bueno (Acrimat), Fabrício Bortolanza (Sindan), Luiz Alberto Pitta Pinheiro (Farsul), Geraldo Moraes (SDA MAPA) e Maurício Velloso (Assocorn).

Foi um novo espetáculo de logística e responsabilidade com a saúde do rebanho bovino brasileiro: 223 milhões de doses fabricadas por oito empresas, distribuídas por quinze mil revendas agropecuárias do País inteiro e aplicadas na maior população da espécie presente no planeta.

Vacina bipartite, com proteção para vírus A e O, de 2 ml, substituta da versão de 5 ml com proteção para o vírus C. É uma excelente aceitação pelos pecuaristas. A marca é da primeira etapa da campanha brasileira oficial de combate à Febre Aftosa, efetuada em maio passado. Resultados positivos de qualidade de produto e facilidade na aplicação. Avaliação efetuada pela indústria

do setor, direção e a Comissão de Aftosa do Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Saúde Animal (SINDAN) sobre a utilização da nova solução, efetivada em um evento realizado em São Paulo, no Centro Brasileiro Britânico, durante o 'Fórum Vacina Contra Aftosa 2 ml - Inovação a Serviço da Pecuária Brasileira', realização do SINDAN e do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).

A tecnologia da nova vacina foi desenvolvida ou adaptada por oito indústrias do segmento: Biogénese Bagó, Biovet, Boehringer Ingelheim, Ceva, MSD Saúde Animal, Ourofino Saúde Animal, Vallée e Zoetis. O objetivo foi manter os mesmos parâmetros de qualidade e efi-

ciência para alcançar um saldo de mais de meio milhão de litros e uma cobertura vacinal de 98%. Considerada um biológico perfeito, a vacina oferece proteção de seis meses, é bivalente, de fácil aplicação subcutânea e contém óleo. "A vacina foi desenvolvida em tempo recorde pela indústria para não ser um obstáculo ao cronograma do Plano Nacional de Erradicação da Febre Aftosa (PNEFA)", explicou Elcio Inhe, presidente do SINDAN. "Ficamos recompensados pelo feedback dos produtores, pois a vacina representa uma inovação a serviço da Pecuária do Brasil. Ela é potente, segura e de fácil manejo", completou. Os resultados foram coletados no campo pela Comissão de Aftosa do SINDAN. Em novembro próximo, du-

rante a segunda etapa da campanha nacional de vacinação, serão utilizadas outras 110 milhões de doses.

Foram dois anos de desenvolvimento. "Usamos 85 milhões de doses somente em testes de partidas-piloto. Mais de 1.200 bovinos sensíveis foram utilizados na fazenda de Sarandi (RS) pelo Laboratório Federal de Defesa Agropecuária, no Rio Grande do Sul. As indústrias investiram US\$ 15 milhões para ter a nova vacina", destacou Emílio Salani, vice-presidente executivo do SINDAN. "E existe a questão da qualidade de carcaça entregue na indústria, que também é um dos resultados aguardados com a chegada da nova vacina. Acreditamos nisso pela retirada do adjuvante antes usado, pela qualidade do produto e pela facilidade maior na aplicação da seringa, em um local mais seguro no corpo do animal. Poderemos conferir esta realidade daqui a dois anos, com o abate das cabeças vacinadas em maio", afirmou Fabrício Bortolanza, coordenador da Comissão de Aftosa do SINDAN.

A distribuição das doses pelo Brasil inteiro contou com o trabalho de quinze mil pontos de venda de insumos agropecuários, que receberam uma cartilha preparada pelo SINDAN com recomendações envolvendo o manuseio do produto (que precisa ser mantido em temperatura de 2 a 8 graus Celsius) e a correta aplicação das doses. "A AGV, que nos auxilia no formato final das embalagens da vacina e na distribuição pelas revendas do País, também ajudou. Sem falar no exército de técnicos das indústrias no campo e nas revendas, reforçando a importância das boas práticas na vacinação e no PNEFA. O objetivo sempre foi deixar o pecuarista bem informado para realizar a melhor vacinação. E o pessoal está tomando muito mais cuidado, ficando mais atento. Até por causa do problema envol-

vendo a suspensão das importações pelos Estados Unidos", pontuou Emílio Salani. "Nosso produtor está em outro patamar. Mesmo porque é ele quem paga se houver problemas, pois é quem repassa o animal para a indústria e sofre com os descontos dos frigoríficos", acrescentou Elcio Inhe.

O Fórum da Nova Vacina foi aberto pelo presidente do SINDAN e pelo Secretário de Defesa Agropecuária do MAPA, José Guilherme Tollstadius Leal. Na sequência, Emílio Carlos Salani fez a apresentação oficial da vacina. Fechando a programação, a mesa redonda "Os avanços e inovações na tecnologia de produção da vacina contra Febre Aftosa, sua importância como instrumento de consecução do PNEFA e a manutenção do status sanitário do Brasil" reuniu representantes das associações de produtores de Mato Grosso (ACRIMAT), confinadores (NOVA ASSOCON), SINDAN, MAPA e Federação de Agricultura do Rio Grande do Sul (FARSUL).

"A indústria apoia integralmente o PNEFA, que tem o objetivo de substituir a vacinação por ações de segurança e vigilância, dando tranquilidade aos produtores, à indústria, aos órgãos governamentais e, por extensão, para todo o País", reforçou Elcio Inhe. "A nova vacina é a melhor ferramenta para a erradicação da Febre Aftosa no atual momento do PNEFA", concluiu Emílio Salani. O PNEFA tem como objetivo final colocar o Brasil como um país livre de Febre Aftosa até 2022. "O Brasil atingiu um status sanitário reconhecido no mundo inteiro. E o trabalho do Ministério vai seguir firme neste sentido. Esta nova vacina é o sinal claro de uma ação em conjunto que alcançou o sucesso. Nossa vigilância sanitária será cada vez mais ágil e eficiente, atuando ao lado da iniciativa privada", completou José Guilherme Leal.



Elcio Inhe - Presidente do Sindan.



Emílio Salani - Vice-presidente executivo do Sindan.



José Guilherme Leal - Secretário de Defesa Agropecuária do MAPA.

TUDO EM VOCÊ É AGRO.

A ROUPA QUE VOCÊ VESTE, O SAPATO QUE VOCÊ CALÇA,
O ALIMENTO QUE VOCÊ CONSUME, O MEDICAMENTO QUE VOCÊ PRECISA,
TUDO AQUILO QUE VOCÊ BEBE, O CARRO QUE VOCÊ DIRIGE,
AS FLORES QUE VOCÊ RECEBE, O SOFÁ QUE VOCÊ USA PARA RELAXAR,
O CAFÉ QUE VOCÊ DEGUSTA. TUDO VEM DO AGRONEGÓCIO.
TUDO EM VOCÊ É AGRO.

O AGRONEGÓCIO FORTALECE A ECONOMIA BRASILEIRA.
É A NOSSA VERDADEIRA VOCAÇÃO.
O GRUPO PUBLIQUE VESTE ESTA CAMISA DESDE 1988.



**GRUPO
PUBLIQUE**

PRESENÇA TOTAL NO AGRO



Rota Brasil AgroRevenda deu a largada!

Iniciativa da Plataforma AgroRevenda, com apoio inicial do Grupo Publique, mostra a alma e os bastidores das revendas e dos distribuidores de insumos do Brasil

Foi como voltar às origens da conquista da última fronteira agrícola do país, o Cerrado brasileiro, nos anos 1970, 1980 e 1990. Mais de quatro mil quilômetros percorridos para realizar e participar de entrevistas, visitas, contatos, bate papos, interação com amigos, clientes e parceiros. Uma jornada pensada para mostrar a capacidade empreendedora de gente que pôs em pé o agronegócio mais competente do planeta. Profissionais que desbravaram as regiões Centro Oeste e Norte, fincan-

do revendas, distribuidores de insumos e negócios agropecuários de sucesso em cada canto que passaram. Os profissionais da Plataforma Agrorevenda, um dos negócios do Grupo Publique, escolheram a Avenida Goianiense Castelo Branco, "o maior endereço do agro brasileiro", e o nortão do Estado que é bom na produção de bovinos de corte, de leite e de grãos, celeiro de alimentos do planeta, para dar a largada a mais um projeto de comunicação do Grupo, o 'Rota Brasil Agrorevenda'.

Nossa equipe gravou entrevistas em Goiânia, Porangatu, São Félix Do Araguaia e Nova Crixás para o Papo de Prateleira e Canal AgroRevenda, que foram reproduzidos nas mídias sociais da Publique no Facebook, YouTube, além de matérias para a Revista AgroRevenda e o site www.agrorevenda.com.br sobre as lojas Criaforte, Agroline, Boiforte, Agrocria, Agroquima, Casa do Fazendeiro e Casa do Criador. Além de visitar o escritório do criatório Nelore Machadinho, na

capital goiana, e na Fazenda Conforto, em Nova Crixás de Goiás. "O papo de prateleira é um excelente trabalho de divulgação sobre o trabalho das revendas e dos produtores rurais brasileiros", agradeceu Bruno Mendonça, Gerente Técnico da Agrocria. "Esta é a melhor avenida de produtos do setor do Brasil. Prestamos serviços para valorizar os nossos clientes", emendou Romeu Alves, sócio-proprietário da Criaforte, 38 anos no ramo e quatro anos na revenda.

A gerente Comercial e Marketing da Agrocria, Bruna Drummond, ressaltou o prazer de participar do movimento ímpar de empreendedorismo. "O trabalho neste segmento, e aqui na loja, é paixão pura. Todos atuam juntos, a família proprietária e os colaboradores, sempre pensando em produtos novos, ampliando as fábricas, crescendo e assistindo e atendendo os clientes", contou. É a sinergia que explica relações como a do pecuarista Lourival Rodrigues, que há 35 anos

visita diariamente a Casa do Criador, em Porangatu. Mesmo quando não vai comprar nada. "Todos atendem bem, já sou íntimo do dono, dos funcionários. Isso faz toda a diferença. Eles já sabem de tudo o que eu preciso", fala com alegria. E que ampara o ânimo de todos os empreendedores. "Tem crise para todo lado, mas não no agronegócio. É a força deste ramo. E nunca desanimamos", crava Cláudio Braga, Diretor de Agronegócio da Fazenda Conforto.



Apoio

**GRUPO
PUBLIQUE**
PRESENÇA TOTAL NO AGRO



Bruna Drummond, Gerente Comercial e Marketing da AgroCria

AGROCRIA - Goiânia

39 anos de atividades | Presença em GO, MT, Paraguai e Bolívia



Romeu Alves, da CriaForte

CRIAFORTE - Goiânia

4 anos de atividades | Vacinas, herbicidas de pastagens, sementes, vermífugos, linha de nutrição | Portfólio com três mil itens



Romildo Machadinho, do Nelore Machadinho

CRÍATÓRIO NELORE MACHADINHO - Goiânia

Terceira geração de melhoradores | Cria, recria, engorda e melhoramento genético | Leilão anual | Integração

AGROQUIMA - Goiânia

50 anos de atividades | Seis jovens fundadores | Linha Pecuária e Agrícola | Fábricas em Cuiabá e Aparecida de Goiânia



Rafael Barsch, Diretor Financeiro da Agroquima

AGROLINE - Goiânia

Pioneira no e-commerce do Agro Brasil | Presença em MS e GO | Layout pensado para pequenos e grandes clientes | Preço justo e qualidade



Luciana e sócio, da Agroline Goiânia

BOIFORTE - Goiânia

17 anos de atuação | Fábrica própria de ração e sal mineral, produtos veterinários, medicamentos | Tecnologia e assistência especializada



Henrique Nascimento Kiko, da BoiForte

Edição
Goiás



Claudio Braga, da Fazenda Conforto



FAZENDA CONFORTO - Nova Crixás de Goiás

23 anos | Intensificação | Pastagem adubada | Irrigação | Agricultura | 70 mil bovinos por ano | Nova Crixás (GO) | Parceria JBS | Padrão

**Nova
Crixás de
Goiás**



Paulo Van Der Laan e sócio,
da Casa do Criador



Paulo Van Der Laan,
da Casa do Criador

CASA DO CRIADOR (Grupo Criador) - Porangatu

História pioneira | Mais de 200 funcionários | Marcas próprias Mais de 1.500 clientes por mês | Início em casa de madeira

Porangatu



Cacildo Filho, da Casa
do Fazendeiro

Cacildo Filho e sócia, da Casa do Fazendeiro

**São Miguel
do Araguaia**

CASA DO FAZENDEIRO - São Miguel do Araguaia

34 anos | Sucessão familiar | Produtos variados para o setor rural e urbano | Fábrica própria de ração e sal mineral

DSM - São Paulo/SP



Cairo Rodrigues, Ariel Mafi e Carlão.



Cairo Rodrigues e Marcus Baruseli.

Centenário da Sociedade Rural Brasileira - São Paulo/SP



Cairo Rodrigues (Fala Carlão) e Bruno Covas, Prefeito de São Paulo



Cairo Rodrigues com Gustavo Junqueira, Secretário de Agricultura e Abastecimento de SP.



Ministra da Agricultura Teresa Cristina e Rodrigo Castejon, do Programa Fala Carlão.



Riba Velasco com Marcelo Veira, Presidente da SRB.



Cairo Rodrigues e o Deputado Federal Alceu Moreira, Presidente da FPA.



Cairo Rodrigues e Riba Velasco



Homenagem ao Presidente da SRB, Marcelo Veira



Cairo Rodrigues com Teka Vendramini, Diretora da SRB



Cairo Rodrigues com Roberto França, Diretor de Agronegócios do Bradesco



**Prateleira
de cima do
agronegócio.**



Confira
mais detalhes

CANAL RURAL
Quinta-feira
19h30 (horário de Brasília)



Bayer & Case IH



Com André Menezes, Gerente de Estratégia de Herbicida da Bayer.



Com André Peres, Gerente de Marketing de Produto da Case.



Fala Carlão (Cairo Rodrigues) com André Menezes (Bayer) e André Perez (Case).

LIDE 2019 - Ribeirão Preto/SP



Riba Velasco (Plataforma AgroRevenda) com Deputado Federal Arnaldo Jardim (Cidadania - SP).



Com Aldo Rebelo - Relator do Código Florestal na Câmara dos Deputados.



Com Caio Penido - Presidente do GTPS.



Com a Deputada Federal Joice Hasselmann (PSL - SP).



Com Marcos Jank - Agronegócio Global Insper e Esalq - USP.

Meet-up New Directions - São Paulo/SP



Carlão com Ariel Mafi, Luiz Cláudio Azevedo - VP Pet Business da Neovia e Adriano Amui.



Com Roberto Prado, Head de Cloud Transformation da Microsoft.

Inauguração da ATUA Agro (Syngenta) - Ijuí/RS



Carlão com Jon Parr e André Savino, Presidente Global e Diretor de Marketing Brasil da Syngenta.



Com André Savino, Diretor de Marketing da Syngenta Brasil.



Com Basso, Gerente Geral da ATUA Agro.



Com Iriné Roberto, Grande agricultor na região de Ijuí (RS).



Com João Benetti, Diretor Comercial da Yara Brasil.



Com Leandro Sitta, Gerente de Canais da Syngenta.



Com Leticia, do Marketing da Syngenta.



Com Luciano Daher, Diretor Comercial da Syngenta Brasil.



Com Márcio Tortorelli, Gerente Comercial da Mosaik.



Com Roberto Risolia, líder de Marketing da Stoller.



Com Valdemar Fischer, Presidente da Syngenta América Latina.



Com Valdir Heck, Prefeito de Ijuí (RS).

Encontro Soesp de ILPF - Presidente Prudente/SP



André Camargo, Gerente da Plataforma de Agronegócio do Bradesco em Bauru



Itamar Júnior, CEO da SOESP



Juliano Roberto, Gerente das Fazendas da marca CV - Nelore Mocho de Carlos Viacava



Luiz Lourenço, Presidente da Cocamar



Lessandro Cavalli, Gerente Nacional de Vendas da SOESP



Renato Watanabe, agrônomo da Cocamar



Rui Pereira Rosa, Superintendente Executivo de Agronegócios do Bradesco



Igor Uehara, produtor rural



Neto Junqueira, pecuarista

Brasil afora



Carlos com Matheus Witzler, da SBC Certificadora



Parte da equipe do Grupo Publique com Matheus Witzler, na sede da SBC, em Botucatu, SP



Carlão da Publique, Cairo Rodrigues e Riba Velasco



Carlão e Riba com Fernando e Marcello Russo



Com Gustavo Diniz Junqueira no COSAG e Silvia Coutinho, presidente do UBS



Riba, Disney, da Agrozootec e Carlão da Publique



Na AgRoss com Luiz Rossi, João Tafner, Riba Velasco e Amanda, do Grupo Publique



Com Eduardo Libert, da Diban Syngenta e Delson Scarpato, na Provet de São Manoel, SP



Parte da equipe do Grupo Publique na Gráfica Grafilar, em São Manoel, SP



Carlão da Publique e Riba Velasco em reunião na Stoller com Roberto Risolia e Sérgio Mariuzzo



José Carlos, Márcia Benevenuto e Riba Velasco no Encontro dos Encontros da Scot Consultoria

Enfim uma novidade
no mercado para
controle dos percevejos.

Conheça Expedition®:
o inovador inseticida
que protege os
canivettinhos da soja
na 1ª aplicação.

INOVAÇÃO:
tecnologia
Isoclast™ active



Expedition®

Isoclast™ active

INSETICIDA

Mesmo com o ataque dos percevejos aumentando os prejuízos safra após safra, os mesmos produtos vêm sendo utilizados há anos, sem a eficiência esperada.

Pensando nisso, a Corteva Agriscience desenvolveu Expedition®: o 1º e único inseticida com a inovadora tecnologia Isoclast™ active, novo grupo químico das Sulfoxaminas.

Modo de ação diferenciado:

- Choque e residual
- Rotação de ativos
- Sem resistência cruzada aos neonicotinoides

Conte com Expedition®. Uma solução inovadora contra percevejos.

Expedition®

Chega primeiro para um controle diferenciado.

ATENÇÃO ESTE PRODUTO É PERIGOSO À SAÚDE HUMANA, ANIMAL E AO MEIO AMBIENTE; USO AGRÍCOLA; VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO; CONSULTE SEMPRE UM AGRÔNOMO; INFORME-SE E REALIZE O MANEJO INTEGRADO DE PRAGAS; DESCARTE CORRETAMENTE AS EMBALAGENS E OS RESTOS DOS PRODUTOS; LEIA ATENTAMENTE E SIGA AS INSTRUÇÕES CONTIDAS NO RÓTULO, NA BULA E NA RECEITA; E UTILIZE OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL.

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
REVENDAS!**



Uma marca

