

AR85 | Ano XV

AgroRevenda

A Plataforma de Informação do Setor



O novo salto da Alvorada para o Agro do Centro-Norte

Feres Soubhia Filho, diretor da Alvorada Produtos Agropecuários



'Falando de Bichos'
Negócio Pet do Grupo Criador avança e ganha vida própria

Pós-pandemia
Saiba o que vem por aí!





Aponte a câmera
do celular para acessar
nosso instagram
automaticamente.



Acompanhe nossas redes sociais ou fale com o coordenador
Biogénesis Bagó mais próximo e saiba mais.

**215 MILHÕES DE CABEÇAS
DE GADO. ESSE É O PESO DA
PECUÁRIA BRASILEIRA.
Chegou a Carga Pesada Biogénesis Bagó!**



 [biogenesisbagobr](https://www.facebook.com/biogenesisbagobr)

 [@biogenesisbagobr](https://www.instagram.com/biogenesisbagobr)

 **Biogénesis
Bagó**



CARLOS ALBERTO DA SILVA / FINEARTS BRUNO DE MIZENIS

Olá!

Saúde, precaução e pé no acelerador.

São as três marcas do Agronegócio do Brasil na virada do semestre.

Abastecimento em dia no País e no mundo.

Recordes em produção, PIB, safra e vendas externas.

Fusões, aquisições, lançamentos, investimentos, ampliações.

O Campo já está se abastecendo para 2021.

Trabalho, trabalho e trabalho!

Está tudo aqui, na sua Revista AgroRevenda.

E vamos em frente.

Boa leitura!

Riba Velasco
EDITOR

AgroRevenda

A Plataforma de Informação do Setor

PUBLISHER: Carlos Alberto da Silva | MTB 30.330

EDITOR: Riba Velasco | MTB 2.568

REPORTAGEM: Riba Velasco | MTB 2.568
rvel@publique.com
(11) 8.7082.7082 | Skype: ribavelasco

REDAÇÃO FALANDO DE BICHOS: Mariana Denevanto
maria@publique.com
(11) 8.8198.8082 | Skype: maria_4074

REVISÃO: Mylene Abud | MTB 18.572
mylene@publique.com
(11) 8.8585.5213 | Skype: myl_abud

AGRO DIRETOR COMERCIAL: Carlos Alberto da Silva
carlos@publique.com
(11) 8.8105.5000 | Skype: carlos@publique

AGRO EXECUTIVO DE VENDAS: Paulo Bonanni
comerc@agrorrevenda.com.br
(11) 8.8492.7078 | Skype: paulobonanni

AGRO ASSISTENTE DE MARKETING: Amanda Gabriela Pires da Silva
(11) 8.8094.1588 | Skype: amandag19
publique@publique.com

AGRO DIRETOR DE CRIAÇÃO: Gutche Alborghelli
gutche@publique.com
(11) 8.8106.0689 | Skype: gutche.alborghelli

AGRO GESTOR DE AUDIÊNCIA: Caio Rodrigues
caio@publique.com
(11) 8.8005.5658 | Skype: caio@publique.com

AGRO GESTOR DE MÍDIAS SOCIAIS: Felipe Rodrigues
fipe@publique.com
(11) 8.7082.8008 | Skype: felipe@publique.com

AGRO GESTOR DE WEBSITES: José Leonardo Damasceno
leandro@publique.com
(11) 8.8413.5384 | Skype: damasceno

AGRO EDITORA DE VÍDEOS: Fany Michel
fany@publique.com
(11) 8.8211.0338 | Skype: fanymichel

Jacqueline Moura
jacqueline@publique.com
(11) 8.8079.0071 | Skype: jags_videoseditor

AGRO CINEGRÁFICA: José Carlos e Caio
josecarlos@publique.com
(11) 8.8173.1273 | Skype: josecarlos.caio

AGRO GESTORA DE CONTAS: Priscila Pontes
priscila@publique.com
(11) 8.8082.1988 | Skype: priscila_humaid

AGRO ATENDIMENTO BANCO DE IMAGENS, EVENTOS E MÍDIAS TRADICIONAIS: Paulo Bonanni
perangaba@publique.com
(11) 8.8492.7078 | Skype: paulobonanni

AGRO ADMINISTRATIVO, FINANCEIRO E RH: Adriana Bonanni
adriana@publique.com
(11) 8.8091.6488 | Skype: adriana@bonanni

IMPRESSÃO: Onitir

DISTRIBUIÇÃO DIRIGIDA: A AgroRevenda é uma publicação autorizada do Grupo Publique, dirigida a proprietários, gerentes, balconistas de revendas agropecuárias e cooperativas. ISSN 1608-4688. A AgroRevenda está matriculada sob nº 497809 no 4º Registro de Títulos e Documentos e Cível de Pessoa Jurídica, conforme a Lei de Imprensa e Lei de Registros Públicos.

ADMINISTRAÇÃO: Caixa Postal 85 - CEP 16290-000
Entrada Municipal Bairro dos Mineiros, s/nº
Porangaba, SP - Brasil - (11) 3493.5903
www.publique.com - publique@publique.com
www.agrorrevenda.com.br
agrorrevenda@agrorrevenda.com.br

www.agrorrevenda.com.br



PRESIDENTE E FUNDADOR: Carlos Alberto da Silva

www.publique.com



RÁPIDA RECUPERAÇÃO NO PÓS-PASTEJO.

- Conheça as soluções Ubyfol para pastagens.
- Tecnologia exclusiva de nutrição para uma rápida recuperação.
- Produtividade e saúde no pasto.

www.ubyfol.com



Disperse
ULTRA

O ADJUVANTE QUE INTEGRA A CALDA E A FOLHA.

Adjuvante base água

Adjuvante multifuncional de alta performance

Redutor de deriva, alto poder de espalhamento e redutor de espuma

Proporciona melhor ação dos defensivos agrícolas

NI32

DOSE MÍNIMA. ABSORÇÃO TOTAL.

Nitrogênio líquido concentrado, solúvel e com pH neutro

3 formas de N: nítrica, amídica e amoniacal

Crescimento durante o período vegetativo

Aplicação em conjunto com defensivos agrícolas

axis

A PLANTA DE VOLTA AO EIXO.

O NPK líquido mais concentrado do mercado

Promove a complementação da adubação de solo

Estimula o melhor aproveitamento da adubação de NPK

Axis devolve a planta ao seu eixo de crescimento

komon
PLUS

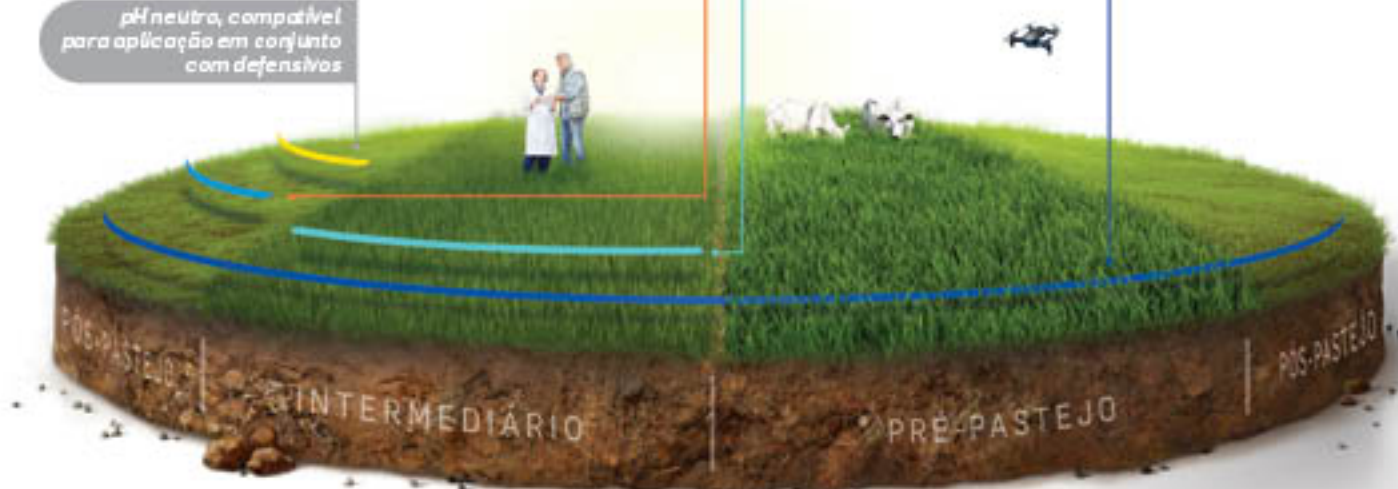
E NADA MAIS.

Complexo de aminoácidos

Estimula o metabolismo da planta

Favorece o rápido desenvolvimento e recuperação da pastagem

pH neutro, compatível para aplicação em conjunto com defensivos



UBYFOL
Excelência em Nutrição Vegetal



NOSSA IDENTIDADE ESTÁ NO CÁPENO.



entrevista	08	biológicos	106
Christian Lohbauer		Biológicos ganham programa nacional	
matéria de capa	14	business	108
A Alvorada do Agronegócio no coração do Brasil		Os executivos que movimentam a indústria	
espaço DSM	46	markestrat opinião	110
Produzir alimento bom e sustentável é possível!		Brasil 2029 exporta 105 milhões de toneladas de soja	
crédito	48	markestrat profissional de vendas	114
Penhorar safras é solução para a inadimplência?		A adaptação das vendas à pandemia	
negócios	50	markestrat revendas	116
Yara adota estrutura organizacional regional		Transformação Digital é para mim?	
lançamentos	52	revenda	118
Corteva Agriscience lança Revolux		Oito produtos que não podem faltar na revenda	
distribuição	55	sementes	122
Bayer faz parceria com Casa do Adubo		Capal amplia marca de sementes	
Falando de Bichos	57	prateleira	124
Tudo de Pet. Tudo de Bom.		Lançamentos de produtos	
perspectivas	82	fertilizantes	126
O casamento inevitável entre Brasil e China		Cocamar produz fertilizantes foliares	
pós-pandemia cooperativismo	84	insumos	128
Cooperativa do Brasil é negócio de outro mundo!		Viter é a marca de insumos da Votorantim	
pós-pandemia indústria de fertilizantes	90	defensivos	132
Um novo olhar sobre o Agro Brasil!		Sindiveg elege nova Diretoria	
pós-pandemia reflexão	96	parceria	133
Entre achismos, certezas e incertezas!		Royal DSM firma parceria com Brasfeed	
pós-pandemia segurança alimentar	98	treinamento	134
Distribuição produz segurança alimentar		Colmeia Viva foca na distribuição	
Lemos & Oshial Consultoria	104	o que vem na próxima AgroRevenda	136
Brasil sinônimo de paz e segurança alimentar global		O retrato da agricultura digital brasileira	



Copyright Zútila Editora São Paulo - Veterinários Ltda. Todos os direitos reservados. Não é permitido a reprodução total ou parcial desta publicação sem a autorização expressa da Zútila Editora São Paulo - Veterinários Ltda.

MELHORES SOLUÇÕES ZOETIS NO DIA A DIA DA FAZENDA



TERRA-CORTRIL® SPRAY e TERRAMICINA®/LA

Há mais de 40 anos cuidando da pecuária brasileira.
Tradição e confiança no tratamento com antibiótico.



DECTOMAX®

Ampla espectro:
Combate endo e
ectoparasitas, inclusive
bernes e bicheira.



ORBENIN EXTRA DRY COW

O intramamário de vaca
seca com alta eficácia no
tratamento de mastites.

zoetis

Ciência em campo

A CropLife Brasil nasceu há quase um ano, reúne empresas de defesa vegetal, sementes e biotecnologia, e quer ser modelo internacional

Riba Velasco



Christian Lohbauer é um paulistano de 53 anos que insiste em trilhar um só caminho. Pensar a todo instante em Política, Economia e Agronegócio do Brasil. Sempre com educação e polidez. Mestre e Doutor em Ciência Política pela Universidade de São Paulo (USP), foi bolsista da Fundação Konrad Adenauer, na Universidade de Bonn (Alemanha). É professor de Relações Internacionais desde 1998. Foi Gerente de Relações Internacionais da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) na virada do século. Presidiu a Associação Nacional dos Exportadores de Sucos Cítricos (CitrusBR), dirigiu a Associação Brasileira dos Produtores e Exportadores de Frangos (ABEF) e foi vice-presidente de assuntos corporativos da Bayer Brasil. Ministrou disciplinas em cursos de Relações Internacionais e Comércio Exterior na Universidade Mackenzie e na pós-graduação em Negociações Internacionais do Programa Santiago Dantas (UNESP/ FUC/Unicamp).

Christian é um professor. Um cientista político liberal. Em 2016, foi candidato à vice-presidência do País pelo Partido Novo, que ajudou a fundar, na chapa encabeçada pelo empresário João Amoêdo. Queria levar a cada canto verde-amarelo as suas ideias de uma nação moderna. Defesa do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), desde que opcional ao trabalhador. Redução do custo do capital com o incentivo ao investimento, com foco principal na livre iniciativa. Aumento da produtividade, agregação de va-

lor adicionado à hora do trabalhador, com melhora da educação e do treinamento. Ter mais ciência e valor. Investimento em tecnologia, com abertura da economia do País. Defesa de uma reforma que estabeleça o fim do fundo partidário, a volta do financiamento de campanha por pessoas jurídicas e com limites de contribuição estabelecidos com critérios transparentes e disponíveis a todos. Como ele explica, o sistema eleitoral deveria ser o distrital misto sem complexidade, e fidelidade partidária no mandato.

A Revista AgroRevenda encontrou Christian Lohbauer na sede da CropLife Brasil, em São Paulo, em março, antes da pandemia de Covid-19. E participou de uma conversa que tem tudo a ver com o sucesso de um Agro Brasil moderno, atuante, tecnológico, sustentável e que distribui riqueza para a sua população. Acompanhe.

AgroRevenda - Como surgiu a CropLife Brasil?

Christian Lohbauer - A entidade é o resultado de um processo que foi se estabelecendo no campo e na indústria de insumos agrícolas. No campo, os produtores empregam um conjunto de ferramentas para enfrentar os desafios da agricultura. Na indústria, a pesquisa e o desenvolvimento passaram a focar a integração de soluções, sem exclusividade de uma tecnologia em relação às outras. Nesse cenário, faria todo o sentido que o Brasil tivesse uma associação trabalhando de forma integrada no entendimento dessa "caixa de ferramentas" que chega ao campo.

AgroRevenda - Por que a marca CropLife?

Christian Lohbauer - Porque é uma marca internacional, com sede em Bruxelas, na Bélgica, que tem mais de 50 anos de atuação.

AgroRevenda - O Brasil participa?

Christian Lohbauer - Sim. Já estamos nos integrando à entidade internacional. Éramos observadores e, agora, nos filiamos. Afinal, o Brasil é um dos maiores negócios de muitas corporações transnacionais do setor.

AgroRevenda - Como foi iniciar uma ação conjunta em um segmento pulverizado?

Christian Lohbauer - Unir esforços e propósitos foi natural. Fizemos um trabalho longo, a partir de um estatuto e um cronograma que deveriam ser implementados em dois anos. Na fundação, em outubro de 2019, 14 empresas faziam parte da CropLife Brasil. Atualmente, são quase 40 corporações. Reunimos quatro entidades em uma só: Associação Nacional de Defesa Vegetal (ANDEF), Associação Brasileira das Empresas de Controle Biológico (ABCBio), Associação das Empresas de Biotecnologia na Agricultura e Agroindústria (AgroBio) e Conselho de Informações sobre Biotecnologia (CIB). Todas representativas de seus segmentos.

AgroRevenda - Como prossegue o trabalho de juntar mais associados, principalmente as empresas pequenas e as de biológicos?

Christian Lohbauer - Hoje, temos 25 associadas da área de biodefensivos. É gratificante saber que 90% do mercado de defesa e tecnologia vegetal está aqui, na CropLife Brasil.

AgroRevenda - Como anda a controvérsia entre químicos e biológicos?

Christian Lohbauer - Não deveria haver controvérsia. Não existe um produto melhor que o outro. As tecnologias andam juntas. É uma matriz cruzada. Quem decide no final é o produtor. Várias tecnologias estão à disposição dos produtores rurais. Eles escolhem de acordo com a região do Brasil onde atuam e a cultura que produzem. Há,

“Somos competentes, fazemos o certo, somos sérios, temos empresas responsáveis, gente de reputação, que tem responsabilidade, com mais de cem anos de trabalho no Brasil.”

também, o momento em que se deve usar químicos ou biológicos, e quando é indicado usar os dois. O que existe é uma ampliação das ferramentas tecnológicas à disposição do agricultor.

AgroRevenda - Quais os desafios da CropLife como instituição?

Christian Lohbauer - A CropLife Brasil tem a ambição de ser benchmarking para o mundo, unindo quatro câmaras de atuação: químicos, biológicos, germoplasma e biotecnologia. O Brasil é um caso de estudo para a agricultura mundial. As empresas estão de olho. Se der certo aqui, sementes e defensivos juntos, por exemplo, o mundo vai fazer também.

AgroRevenda - Não há brigas?

Christian Lohbauer - Os quatro setores representados têm o mesmo peso na hora de votar. É um arranjo que busca sempre o consenso. Já houve questões que acabaram empatadas. O es-

“Vamos investir o dinheiro que pudermos no combate aos defensivos piratas, porque diminuir qualquer valor neste prejuízo todo será um grande resultado para a cadeia.”

tatuto indica que, quando é assim, vai para a assembleia. Procuramos sempre discutir muito. É um modelo novo, para o mundo inteiro. Estão todos de olho para ver se dará certo.

AgroRevenda - Vai dar certo?

Christian Lohbauer - É aonde queremos chegar. Veja bem, a disputa por espaços, investimentos, comercialização e recursos não é apenas um aspecto do mercado. Ela também ocorre no coração das empresas. Os vários departamentos de uma mesma corporação também disputam orçamento, a melhor visão do mercado, onde apostar no futuro, os produtos a serem pesquisados e desenvolvidos, espaços na estruturação interna, na governança, as prioridades. Quando você leva isso a uma associação, em tese, também haverá uma disputa natural. E entramos aí. Queremos mostrar que a defesa vegetal anda toda junta. Nenhum insumo é melhor do que o outro. Teremos de lutar por algum tempo contra ideias e conceitos antigos, que não cabem mais na agricultura moderna e tecnológica. O presente é das soluções integradas. As grandes empresas já vendem isso aos produtores para que aumentem a produtividade no campo. O Brasil é grande e há diversas agriculturas sendo praticadas no território. São inúmeras

possibilidades para um cardápio farto de tecnologias.

AgroRevenda - Quais os pilares de atuação da CropLife Brasil?

Christian Lohbauer - São três áreas fundamentais. A primeira é a regulatória, a agenda coletiva e a representação de interesses. Uma tarefa que ocupa cerca de 30% do nosso tempo. A segunda é a comunicação institucional, explicar ao público interno e ao externo quem somos e o que fazemos. Por último, a questão das boas práticas. A sociedade pede que o nosso setor, que tem empresas de alta tecnologia, vá até o produtor e o ensine como produzir com sustentabilidade. Já existem vários treinamentos promovidos pelas próprias empresas, mas estamos desenvolvendo um projeto especial, que integra um programa maior. Um plano nacional, de treinamento, principalmente para os pequenos, que precisam ser informados sobre técnicas e processos.

AgroRevenda - Quem está ao lado de vocês neste projeto?

Christian Lohbauer - São vários parceiros, em diferentes linhas. Gente que tem capilaridade, como Inpev (Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias), Banco do Brasil, Senar (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural), Andav (Associação Nacional

dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários). Precisaremos de professores que estejam espalhados pelo País. As parcerias serão fundamentais. Uns emprestam locais para o treinamento, outros divulgam as ações, bancos pedem a comprovação do curso para liberar crédito. É um pacote completo, um negócio complexo de fazer. Um desafio que tem um potencial enorme de engajamento, até mesmo de entidades do exterior.

AgroRevenda - Como está a luta contra os produtos ilegais?

Christian Lohbauer - Existe um posicionamento claro das entidades em exigir fiscalização, policiamento, vigilância. Mas penso que devíamos ser participativos. Construir um modelo para um combate mais eficaz. Afinal, são dois bilhões de dólares de prejuízos por ano só falando em defensivos e sementes. Precisamos continuar incentivando e cobrando fiscalização e realizar um trabalho de combate mais específico. Sabe quem compra esses produtos contrabandeados? Os nossos produtores. E eles não são cúmplices deste crime. São nossos clientes. Por outro lado, temos concorrência no Brasil. Existe lei. O preço da nossa indústria é resultado de uma política econômica que se traduz pelo 'custo Brasil'. Vamos investir o dinheiro que pudermos neste combate ao crime, porque diminuir qualquer valor neste prejuízo todo será um grande resultado. Se falamos em 5%, são US\$ 100 milhões. É muito dinheiro.

AgroRevenda - Qual sua avaliação sobre as críticas feitas ao atual Governo Federal pela "porteira aberta" na liberação de novos defensivos?

Christian Lohbauer - Não tem nada a ver com "liberou geral". O assunto entrou na rota correta, o Governo está tirando o atraso, melhorando a administração do sistema tripartite de liberação (Mi-

“A sociedade pede que o nosso setor, que tem empresas de alta tecnologia, vá ao produtor e o ensine como produzir com sustentabilidade.”



nistérios da Agricultura, Saúde e Meio Ambiente). O Governo Bolsonaro liberou 490 produtos. Metade nem é para a agricultura. O restante é de moléculas que já tiveram a patente vencida, são genéricos. De novo mesmo, apenas oito marcas. Mas muita gente, entidades, a mídia, os ambientalistas, não querem ouvir.

AgroRevenda - Qual é o seu grande sonho na CropLife?

Christian Lohbauer - Já trabalhei com várias áreas. Sempre quis trabalhar pela defesa da verdade. No frango, nos cítricos, em defensivos. Quando ouvia que o frango brasileiro tem homônio,

eu gritava que era mentira. Quando estacionávamos um navio lotado de suco de laranja em um porto do Japão e ouvia que integrávamos um cartel, eu argumentava que aquilo era pura tecnologia, resultado de trabalho competente. Quero contribuir para mudar a percepção errada de parte da população brasileira sobre o que fazemos. Somos competentes, fazemos o certo em todos os setores, somos sérios, temos empresas responsáveis aqui dentro, gente de reputação, que tem responsabilidade, com mais de cem anos de trabalho pelo Brasil. Pessoas e empresas que investem e têm qualidade em tudo o que fazem.



CROPLIFE BRASIL 2020

- # União de ANDEF, ABCBio, Agrobio e CIB
- # Trabalhar para o crescimento do setor de defesa vegetal e biotecnologia
- # Contribuir para o aumento da produção brasileira e mundial de alimentos, fibras e bioenergia
- # Respeito ao meio ambiente
- # Promover o produtor agrícola
- # Quatro câmaras setoriais: Gemoplasma, Biotecnologia, Defensivos Químicos e Biológicos

ASSOCIADAS

AgBiTech, Agrivalle, Agrocele, Bellagro Agro Tecnologia, Basf, Bayer, Biocontrol, Biocana Controle Biológico, Biocontrole, Bionat, Biotrigo Genética, Biovalens Biotecnologia, Centro de Tecnologia Canavieira (CTC), Corteva Agriscience, DonMario Sementes, FuturaGene, FMC, Ihara, Isagro Brasil, ISK Biosciences, Kimberlit Agrociências, Koppert Biological Systems, Lallemand, Lonza, Novozymes, Promip, Provivi, Rizobacter, Sakata, SeedCorp|HO, Simbiose, Sumitomo Chemical, Stoller, Syngenta, Nichino do Brasil, TMG e Barenbrug.



Agora, o
Ourofino
em campo
é no Terraviva

Espero você!

Canal Terraviva

Transmissão via parabólica e por assinatura:

SKY - Canal 163

CLARO TV - Canal 183

OI TV - Canal 178

NET - Canal 183

Novos horários do Ourofino em Campo:

De segunda a sexta:

às 12h30 e às 20h15

Aos sábados: às 9h30

(horários de Brasília)



ourofino
saúde animal



terraviva



Mire seu celular
neste QRCode
e confira todas
as edições do
programa.



A Alvorada do Agronegócio no coração do Brasil

A parceria de sucesso entre a Alvorada Produtos Agropecuários e as grandes indústrias de insumos abastece as fazendas do Centro-Oeste e Norte do País há mais de três décadas

Riba Velasco





30 lojas no Brasil



O ano de 1986 nunca vai sair do calendário histórico da economia brasileira. O ano de José Sarney, político que assumiu a Presidência sem um voto qualquer do

eleitor do País. Ano do Plano Cruzado, que nasceu para derrotar a inflação. Em apenas seis meses, os preços de produtos foram congelados, o consumo explodiu, supermercados foram

>>>

fechados por cidadãos comuns, bois foram confiscados pela Polícia Federal nas fazendas, donas de casa passaram a não encontrar mais arroz e feijão para comprar, o abastecimento mais básico de alimentos entrou em colapso. Um desastre que destruiu ainda mais os fundamentos das atividades produtivas em nome de uma vitória do partido

majoritário nas eleições do fim do ano. Mas germinava naquele mesmo instante uma semente positiva, plantada havia aproximadamente dez anos, desde a ocupação do Cerrado nacional por produtores rurais que saíram das regiões Sul e Sudeste em direção ao Centro-Oeste. Os desbravadores queriam plantar, criar os animais, cuidar das

fazendas, armazenar grãos. E outros conquistadores chegaram para abastecer a nova fronteira do Agro Brasil com grãos, ração, sementes, fertilizantes, equipamentos, utensílios, peças. Era a força da revenda e distribuição de insumos chegando, encabeçada por jovens empreendedores saídos dos bancos de faculdades de Zootecnia, Engenha-

Feres Soubhia Filho, diretor da Alvorada Produtos Agropecuários

- Nascido em Tupi Paulista | Casado | Dois filhos (um Engenheiro Elétrico e uma Arquibeta).
- Graduado em Engenharia | Centro Universitário FEI - São Bernardo do Campo (SP) | 1982.

AgroRevenda - Qual o grande foco de atuação da Alvorada?

Feres Soubhia Filho - Trabalhamos com foco nos produtos pecuários e, depois, em pastagem.

AgroRevenda - Qual a principal característica no atendimento da revenda?

Feres Soubhia Filho - É a excelência no atendimento técnico, o atendimento humanizado, em que deixamos o cliente absolutamente confortável. Existe uma amizade verdadeira entre o cliente e a loja.

AgroRevenda - E a ação mais rotineira mantida para reter os clientes e atrair novos consumidores?

Feres Soubhia Filho - Fazemos um trabalho intenso de divulgação on-line, pelas redes sociais e WhatsApp, rádio, televisão, outdoor, participação em eventos e leilões, parcerias fortes com fornecedores, incluindo ótimas campanhas para os clientes e vendedores, ações sociais regionais, condições de preços ideais e negociações, um excelente mix de produtos.

AgroRevenda - Qual a principal marca da atuação da Alvorada nestes 34 anos?

Feres Soubhia Filho - Desenvolver cada vez mais o agronegócio nacional, proporcionando, assim, o bem-estar do brasileiro e do planeta. Nossa missão é nos tornarmos uma empresa única no agronegócio, sempre inovando e acompanhando as tendências e tecnologias. E nos tornarmos o destino certo do produtor rural.

AgroRevenda - Qual é a principal meta do Grupo para a próxima década?

Feres Soubhia Filho - Chegar a duzentas lojas agropecuárias instaladas no Brasil.

AgroRevenda - Por que a Alvorada é uma boa parceria para a indústria brasileira de insumos agropecuários?

Feres Soubhia Filho - Porque possui credibilidade no mercado, grande retenção de clientes e permanente prospecção de vendas.



Uma história de confiança com você, 'Amigo Produtor'

Linha do tempo



Dourados (MS):
aberta em agosto de 1996



Campo Grande (MS):
aberta em setembro de 2001



Três Lagoas (MS):
aberta em novembro de 2003



Cuiabá (MT):
aberta em setembro de 2004



Goiânia (GO):
aberta em setembro de 2005

ria Agrônômica, Medicina Veterinária e Técnicas Agrícolas. Foi essa seara de desenvolvimento que marcou o nascimento da Alvorada Produtos Agropecuários, em agosto daquele ano, em Dourados, interior de Mato Grosso do Sul.

Um espaço para atender produtores, comercializar tecnologias e fazer ex-

tensão rural dentro de um universo de 120 milhões de cabeças de gado, de corte e leite. Depois de uma década de varejo em crescimento constante, a Alvorada começou a atuar também no mercado atacadista, fornecendo produtos veterinários a outras revendas do estado. E mirou com força nos campos de cultivo de soja, mi- >>>



lho e novas pastagens que invadiram Mato Grosso do Sul, acompanhando a evolução da Integração Lavoura-Pecuária e expandindo o grupo por toda a região. Outros dez anos se passaram e o grupo avistou um novo nicho de mercado e lançou a linha de suplementação nutricional animal AlvoradaPhos. Oferta de vantagens

técnicas e acompanhamento personalizado ao produtor rural, garantindo máximo desempenho. Não demorou e nasceu a Albor, uma linha de produtos exclusivos, desenvolvida a partir de tecnologias avançadas, com excelente custo benefício: sementes de pastagens, adjuvantes e vacina para clostridioses.

O tempo passou, o século mudou e o agronegócio brasileiro tornou-se o terceiro maior do planeta. E a Alvorada seguiu no mesmo ritmo, avançando e marcando presença em sete estados, com 30 lojas próprias abertas, entre representações, pontos de venda, vitrines e unidades fabris de produtos para nutrição animal. A localização estratégica

VALORES A-L-V-O-R-A-D-A

- **Altruísmo:** ser movido por ações que sempre beneficiem o próximo
- **Lealdade:** agir para satisfazer as necessidades de colaboradores e clientes
- **Verdade:** ser sempre verdadeiro, sem ser destrutivo
- **Otimismo:** encarar os desafios com positividade e lutar por bons desfechos
- **Respeito:** por colaboradores, clientes, consumidores, parceiros e o planeta
- **Amizade:** cultivar um ambiente agradável e descontraído
- **Disciplina:** executar com disciplina para conquistar o sucesso
- **Atenção:** olho nos detalhes é o caminho seguro para a excelência

O VAREJO NO DNA ALVORADA

- **Produtos:** one-stop shop
- **Pessoal qualificado:** treinamento constante e em projetos PDCA
- **Experiência do consumidor:** "Best Service in the world" (Michel Sandor)
- **Preço:** maior player do mercado veterinário – alto poder de barganha
- **Localização:** maiores regiões de bovinos – endereços estratégicos
- **Empresa única** para clientes, parceiros e colaboradores

ALVORADA 2020!

- **Previsão de abertura de três novas lojas até o fim do ano:** Guarantã (MT), Rondonópolis (MT) e Parangatu (GO)



Linha do tempo



Barra do Garças (MT):
aberta em outubro de 2007



Araguaína (TO):
aberta em maio de 2010



Redenção (PA):
aberta em abril de 2011



Ji-Paraná (RO):
aberta em outubro de 2011



Gurupi (TO):
aberta em março de 2012



em regiões fundamentais para o desenvolvimento da economia brasileira permitiu uma logística ágil e o acesso local ao atendimento credenciado, ideal para produtores com múltiplas propriedades rurais. Um autêntico roteiro de bons negócios, que atravessa as Regiões Norte e Centro-Oeste, de Três Lagoas a Redenção, prateleira privile-

giada de tecnologias e soluções das maiores empresas do agribusiness nacional e internacional. Gigantes que sabem de cor o slogan: 'Quem conhece, confia!'.

Um trabalho desenvolvido por 580 colaboradores, que atendem 65 mil clientes ativos e mantêm uma carteira >>>



ATENDIMENTO ALVORADA

- 580 colaboradores
- 65 mil clientes ativos
- Carteira de mais de 100 mil produtores cadastrados
- Pecuaristas com rebanho de 21 milhões de cabeças
- Oferta de insumos agrícolas, nutrição animal, máquinas, equipamentos, produtos pet, vacinas e adjuvantes

ALVORADA SUSTENTÁVEL

- Lojas ecologicamente corretas
- Arquitetura moderna, ventilação facilitada e redução da utilização de ar-condicionado
- Utilização de etanol em 100% da frota de veículos
- Gestão da frota reduzindo em 15% a emissão de CO²
- 100% dos papéis utilizados são produzidos com bagaço de cana-de-açúcar
- Destino certo para os agrotóxicos | Unidades de recebimento de embalagens vazias em todas as regiões de atuação | Orientação aos produtores rurais sobre triplice lavagem
- Mudas nativas doadas em troca dos isopores de vacinas


Ma
cuários

de mais de cem mil produtores cadastrados, em um universo de pecuaristas responsáveis por um rebanho de 21 milhões de cabeças. Oferecendo insumos agrícolas, nutrição animal, máquinas e equipamentos para jardinagem, produtos pet, vacinas e adjuvantes. E com mais de oitenta profissionais em campo, entre engenheiros-agrônomo, zootecnistas, médicos-veterinários e técnicos agrícolas.

De olho no comportamento das fazendas, áreas urbanas e nas mudanças da sociedade, a empresa abriu, no ano passado, a primeira unidade destinada exclusivamente para atender os animais de companhia, em Campo Grande. A Out Pet possui 1.800 m² e oferece um mix completo de produtos e serviços, com banho, tosa, clínica veterinária, creche e hotel. E a direção já adianta

que vêm novas filiais pela frente. Assim como estruturou programas de relacionamento com os clientes de todos os segmentos, promovendo churrascos, arroz carreteiro de negócios, costeladas, café da manhã, arraiais, dias de campo, feiras agropecuárias, treinamentos e premiações. Tudo para destacar as tecnologias disponíveis para os empreendedores do campo e estimular o sentimento de amizade com todos os parceiros de negócios.

Outra aposta adotada com firmeza foi investir cada vez mais em ações junto à comunidade em que as suas unidades estão inseridas, reforçando um caminho economicamente viável e de apoio à sustentabilidade de todas as atividades, beneficiando as pessoas e o planeta. São programas que focam o atendimento a adolescentes, crian-

ças carentes, casas de abrigo, asilos, hospitais, casas de recuperação, associações, ONGs, portadores de doenças como o câncer etc. E a promoção de relacionamento em datas especiais, como dia das crianças, Natal solidário, festas juninas, leilões, almoços e jantares beneficentes. Sem esquecer da responsabilidade ambiental, que motivou a implantação de arquitetura planejada nas lojas, que aproveitam a iluminação e ventilação naturais, além da gestão da frota de veículos que já reduziu em 20% a emissão de carbono. A equipe ainda orienta o recolhimento de embalagens vazias de agrotóxicos e mantém unidades de recebimento em diversas cidades. A campanha para devolução de isopores de vacinas em troca de uma muda de árvore nativa é um sucesso em todas as filiais, estimulando o plantio direto. 



Linha do tempo



Pontes e Lacerda (MT):
aberta em junho de 2012



Nova Andradina (MS):
aberta em fevereiro de 2013



Aniquemes (RO):
aberta em dezembro de 2013



Marabá (PA):
aberta em janeiro de 2014



Vilhena (RO):
aberta em março de 2014



Em Campo Grande (MS), a Out Pet possui 1.800 m² e oferece um mix completo de produtos e serviços, com banho, tosa, clínica veterinária, creche e hotel.



Anuncie na
única Plataforma
de Informação
do Setor.

Fale direto
com o dono
da revenda.



Revista AgroRevenda
Encarte Falando de Bichos
Portal AgroRevenda
AR News
Canal AgroRevenda
Papo de Prateleira



www.agrorevenda.com.br

Fale conosco:

(11) 9 9364 1398 com Amanda
publique@publique.com

AgroRevenda

A Plataforma de Informação do Setor

Linha Albor para uma nova pastagem brasileira

Sementes de forrageiras, adjuvantes e fertilizantes para a 'revolução verde' no Centro Norte do Brasil

É uma tarefa desafiadora e instigante. Depois de ocupar o Centro-Norte do Brasil com animais que produziram carne e leite, oferecendo manejo para os colonos desbravarem o Cerrado e plantar cidades, a bovinocultura que mais exporta proteína vermelha no planeta fez história na economia e sociedade do País. A produção pecuária extensiva é responsável por cerca de 93% do rebanho bovino brasileiro, tendo nas pastagens sua principal fonte de alimentos. Um sistema de produção de custos menores, mas que, ao longo das últimas décadas, degradou as pastagens, causando prejuízos econômicos e ambientais. Segundo a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), dos 172 milhões de hectares de pastagens do Brasil, mais de 60% encontram-se em algum estágio de degradação. Em áreas de Cerrado, que respondem por 60% da produção de carne do País, cerca de >>>



Linha do tempo



Alta Floresta (MT):
aberta em janeiro de 2015



Tucumã (PA):
aberta em outubro de 2015



Jataí (GO):
aberta em setembro de 2016



Jaru (RO):
aberta em outubro de 2016



Rio Branco (AC):
aberta em outubro de 2016





Power FLEX N
melhor desenvolvimento
vegetativo e maior
eficácia nas caldas
de pulverização.

80% dos 45-50 milhões de hectares com pastagens cultivadas apresentam algum grau de degradação, com capacidade de suporte inferior a 0,8 UA (unidade animal). Áreas com produtividade muito aquém das obtidas pela pecuária intensiva e tecnológica.

Seja para adequar-se às novas regras ambientais do mercado internacional e nacional, seja para liberar área para a agricultura, ou ainda, para aumentar a lucratividade do setor, a recuperação das áreas degradadas deve ser prioridade no setor pecuário. Para plantar culturas, como soja, milho, cevada, trigo, aveia, arroz, tomate e cana-de-açúcar. E investir em pastagem de qualidade para aumentar o rebanho bovino em cerca de 20 milhões de cabeças na região.

É uma nova aposta feita a favor do País. E a Alvorada, que nasceu há 34 anos para levar tecnologia aos produtores e permitir que eles alcançassem melhores resultados, está preparada para participar ativamente dessa nova revolução. A empresa sempre orientou os clientes sobre a importância da nutrição e da qualidade das pastagens e cultivos. Não é à toa que lançou marcas próprias nas duas áreas. Na agricultura, a Sementes Alvorada nasceu em 2002, para priorizar a qualidade das suas variedades e se destacar no mercado de forrageiras. Desde o princípio, quando as soluções para pastagens eram poucas e o sistema de produção praticamente inexisten-

tes, foi passo a passo conquistando o mercado e a confiança dos clientes. Com a preocupação em cada etapa da produção e a assistência técnica de engenheiros-agrônomo. As melhores soluções de plantio ao produtor rural. Inovação e qualidade como marcas registradas de atendimento.

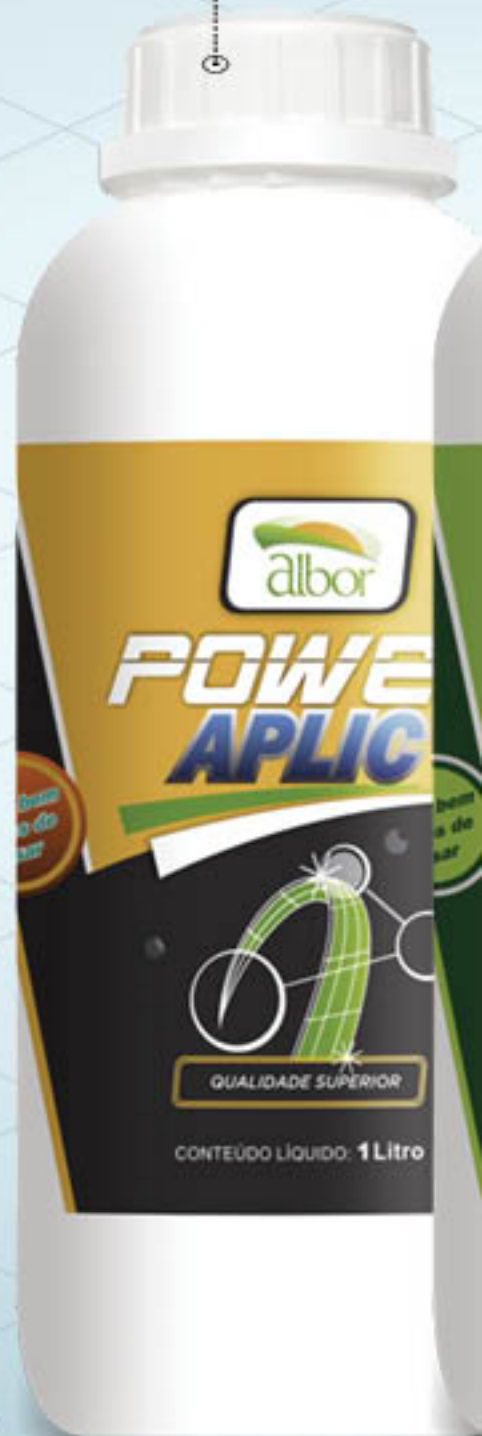
Em 2012, passou a integrar a Associação para o Fomento à Pesquisa de Melhoramento de Sementes Forrageiras – Unipasto, que, a partir da parceria firmada com a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), atua em prol da pesquisa científica para o lançamento de novas cultivares de forragem e tecnologias para diversificar e fortalecer o desempenho da agropecuária nacional. Empregando o menor impacto possível ao meio ambiente e a conservação dos seus recursos. Hoje, a Sementes Alvorada conta com uma moderna Unidade de Beneficiamento, capaz de atender aos empresários rurais mais exigentes. Uma linha completa de sementes de pastagens, produzidas em campos próprios e certificadas pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), visando a proporcionar uma formação de pastagem uniforme e livre de pragas e doenças.

SÃO ELAS:

**BRACHIARIA BRIZANTHA
CV. MARANDÚ**

Boa capacidade de rebrota. Ideal para terminação de animais. Apresenta boa resposta à adubação.

Power Aplic
Para insetos, plantas
daninhas e fungos.



Linha do tempo



Cacoal (RO):
aberta em outubro de 2017



Coxim (MS):
aberta em agosto de 2018



Juína (MT):
aberta em agosto de 2018



Paranaíba (MS):
aberta em novembro de 2018



Vila Rica (MT):
aberta em setembro de 2019

Power Aplic Top Plus

Para insetos, plantas daninhas e fungos.

Amino Force

Fertilizante foliar para acelerar o desenvolvimento da planta e ideal para fazer junto à aplicação de herbicidas e inseticidas.



albor

POWER
APLIC
TOP PLUS



QUALIDADE SUPERIOR

CONTEÚDO LÍQUIDO: 1Litro

albor

AMINO
FORCE
Fertilizante Foliar



ALTA CONCENTRAÇÃO DE CARBONO ORGÂNICO TOTAL

Comercializado por SOUBRA & CIA. LTDA,
Rua 14 de Abril, 913 - Vila Garcia - CEP: 79304-080
Campo Grande/MS - Distrito MS - Tel: 67 3411-4000
CNPJ: 01.903.040/0001-00 - I.E. 28.218.754-6
Tel: 67 3312-1932 - www.albor.com.br

CONTEÚDO LÍQUIDO: 1Litro



BRACHIARIA BRIZANTHA
CV. BRS PIATÃ

Boa capacidade de rebrota. Ideal para terminação de animais. Apresenta boa resposta à adubação. Alta relação caule-folha.

BRACHIARIA BRIZANTHA
CV. MG-4

É indicada para pastejo de animais de cria, recria e engorda.

BRACHIARIA RUZIZIENSIS
CV. RUZIZIENSIS

Fácil de manejar e excelente fornecedora de palhada para o sistema de plantio direto (SPD). Menor custo com herbicidas.

BRACHIARIA BRIZANTHA
CV. XARAÉS

Apresenta valor nutritivo prorrogado devido ao seu florescimento tardio. Apresenta coloração esverdeada por mais tempo.

BRACHIARIA DECUMBENS
CV. BASILISK

Pode causar fotossensibilização nos animais jovens devido ao fungo *Phytophthora chararum*, oportunistas da decomposição da massa foliar.

BRACHIARIA HUMIDÍCOLA
CV. BRACHIARIA HUMIDÍCOLA

Caracteriza-se por apresentar fase inicial de formação lenta, levando um maior tempo para se estabelecer. Suporta pastejo mais intensivo.

PANICUM MAXIMUM
CV. MOMBAÇA

Sua correta utilização requer altas taxas de lotação, de forma a não permitir seu crescimento excessivo e consequente perda de qualidade nutricional.

BRACHIARIA HUMIDÍCOLA
CV. LLANERO

Sua velocidade de estabelecimento é lenta, mas as plantas tendem a cobrir totalmente o solo.

PANICUM MAXIMUM
CV. TANZÂNIA -1

Varietade de alta produtividade e de fácil manejo para a espécie.

PANICUM MAXIMUM CV. MASSAI


Excelente produção de forragem com grande velocidade de estabelecimento e de rebrota.

PANICUM MAXIMUM CV. ARUANÃ

Necessita de solos com média de alta fertilidade. Bastante consumida por bovinos, equinos e ovinos.

Para bovinos, todas as cultivares podem ser utilizadas com sucesso. As espécies recomendadas para equinos e muaras são Aruana, Massai, Humidícola e Llanero, devendo sempre observar para estes animais a importância da utilização de sal mineral específico para prevenir problemas com oxalato. Para ovinos e caprinos, são recomendadas é Aruana e Massai.

Essas tecnologias ainda podem ser reforçadas por uma linha de fertilizantes foliares aditivados, que permitem melhorar a eficiência dos produtos que são utilizados na calda de pulverização agrícola: Power Aplic, Power Tec e Power Flex N.

E oferece, ainda, adjuvantes para serem adicionados à calda de aplicação de defensivos agrícolas e melhorar a qualidade e eficácia da aplicação, ampliando a eficiência do produto, ajustando o pH da calda, reduzindo a formação de espuma, melhorando a homogeneização da calda, diminuindo a deriva e evitando escorrimento. 

Linha do tempo



Xinguara (PA):
aberta em dezembro de 2019



Paraíso do Tocantins (TO):
aberta em fevereiro de 2020



Jardim (MS):
aberta em março de 2020



Alvorada do Oeste (RO):
aberta em abril de 2020



Guarantã do Norte (MT):
aberta em setembro de 2020





Nós, da **MSD Saúde Animal**, queremos agradecer à Alvorada Produtos Agropecuários pela parceria ao longo dos anos. A oferta de produtos e soluções disponibilizadas pela Alvorada contribuem diretamente com produtores e médicos-veterinários, engrandecendo o nosso mercado. É de conhecimento que o consumidor brasileiro está cada vez mais atento não só à qualidade dos produtos, mas também e, principalmente, à maneira que são produzidos e armazenados nos pontos de venda. O sólido compromisso da Alvorada em multiplicar e desenvolver o agronegócio está muito ligado ao propósito da MSD Saúde Animal, que é melhorar a vida das pessoas, a saúde e o bem-estar dos animais. Contem conosco para muitos mais anos de parceria no desenvolvimento da pecuária brasileira. E parabéns pela construção dessa bela história!

Henrique Casagrande,

Diretor da Unidade de Ruminantes da MSD Saúde Animal

Recarregue sua vaca!!!



A MSD SAÚDE ANIMAL
OFERECE SOLUÇÕES
COMPLETAS PARA A
TERAPIA DA VACA SECA

PERÍODO SECO

- ✓ **Recarga** da capacidade de produção leiteira dos animais;
- ✓ **Recarga** da saúde do úbere;
- ✓ **Recarga** da saúde da vaca;
- ✓ **Recuperação** da população microbiana e epitélio ruminal;
- ✓ **Confiança e competência técnica** no suporte às fazendas.

O **período seco** melhora a qualidade do leite e a saúde dos seus animais.



Masti-Seal

- Produto esterilizado: garantia de ausência de contaminantes;
- Produto com composição química de uso consagrado e que atua como barreira protetora, auxiliando na prevenção da incidência de mastites no início do período seco atual e início da lactação seguinte;
- Viscosidade ideal para permanecer no canal do teto até o fim do período seco, com fácil remoção após o parto.

Arames Belgo®.
Os melhores produtos
nas melhores revendas.

Arames
farpados



Arames
lisos



Acessórios



Cercas
prontas



Telas
hexagonais



Arames
para curral



Arames
para fruticultura



Para cercar com qualidade, durabilidade e resistência,
quem é do Agro sabe: o arame tem de ser Belgo.
Seja qual for a aplicação ou o terreno, a Belgo tem uma
solução de cercamento desenvolvida com alta tecnologia.

Presente nas melhores revendas, a Belgo está onde o
agronegócio precisa: em todos os cantos do país. Por isso,
ser uma revenda com arames Belgo é a certeza de bons
negócios para o produtor e para o revendedor.

Arames
Belgo

0800 7 27 2000





A **Belgo Bekaert** é fornecedora para o grupo Alvorada desde o início de suas atividades, em 1986. Trata-se uma longa parceria de empresas com objetivos semelhantes: atender aos pecuaristas e agricultores com arames, telas e seus acessórios inovadores e de qualidade, contribuindo para o aumento da eficiência e da produtividade no agronegócio. É inegável o crescimento do campo nas últimas décadas. O Brasil deixou ser importador para se tornar um dos maiores exportadores de alimentos do mundo. Sem dúvida, a Alvorada e o segmento de distribuição de maneira geral realizam um trabalho essencial para o suporte dos produtores rurais, fazendo em conjunto com a indústria, o importante papel de extensão rural com as melhores formas de construções de cercas e currais, tão necessário em um país de dimensões continentais como o Brasil.

Ricardo Garcia,
CEO da Belgo Bekaert Arames

UM GRANDE TIME É FORMADO POR GRANDES JOGADORES!

E nessa disputa quem ganha é a Pecuária Brasileira!
Uma homenagem da Biogénesis Bagó Brasil a todos os
profissionais do grupo Alvorada.



@biogenesibago.br



@biogenesibago.br



**Biogénesis
Bagó**

A evolução da saúde animal



Em 2018, apresentamos ao Feres o nosso projeto de virada de página com o mercado veterinário brasileiro. A Alvorada acreditou na nova **Biogénesis Bagó** e literalmente abriu as suas portas para o nosso trabalho. Construimos juntos uma parceria sólida baseada na credibilidade e na confiança mútua perante as nossas equipas. Espero que as duas empresas possam continuar em crescimento exponencial, ajudando a fazer uma pecuária cada vez maior e melhor para o nosso país.

Marcelo Bulman,
Country Manager Biogénesis Bagó

PARTICIPE DO PROGRAMA CAMPEÕES DO CAMPO E RESGATE BENEFÍCIOS PARA A SUA JORNADA DE PRODUTIVIDADE.



Para acumular seus pontos, compre produtos **Boehringer Ingelheim** para sua fazenda. Temos mais de 1.000 opções que ajudarão em seu desafio.

Consultoria | Treinamentos | Serviços Veterinários | Produtos entre outros.

A CADA R\$ 2,00 EM COMPRAS DE PRODUTOS BOEHRINGER INGELHEIM = 1 PONTO*

Confira no site os benefícios que podem ser resgatados.

Para se inscrever no Programa Campeões do Campo, acesse o site:

<https://www.orbia.ag/parceiros/boehringer-campeoes-do-campo>

ou pelo
QR CODE:



PRODUTOS:



*Apenas produtos da linha grandes animais, podendo acumular por até 3 anos.



Cada vez mais, o varejo tem papel fundamental na relação indústria e cliente final, os pecuaristas. A parceria entre a **Boehringer Ingelheim Saúde Animal** e a Alvorada segue essa tendência de mercado, principalmente pelo fato de ambas as empresas terem valores semelhantes, como de atuação responsável, buscando o crescimento do negócio dos pecuaristas através da evolução na produtividade.

São empresas que atuam alinhadas às demandas da pecuária moderna, com produção de proteína animal segura, de alta qualidade, e com atenção para a preservação dos recursos naturais e os cuidados com a saúde e o bem-estar dos animais. Além disso, são empresas que têm uma excelente equipe, que atuam muito próximo aos pecuaristas, para entender em detalhes as suas necessidades, no dia a dia da fazenda, com apoio técnico para os principais desafios da produção de carne e leite.

Com a vocação de distribuir medicamentos veterinários para vários estados do Brasil e um ritmo acelerado de crescimento, sustentado na proximidade com os produtores, a Alvorada é uma parceira relevante à medida que facilita o acesso a soluções inovadoras e eficazes da **Boehringer Ingelheim Saúde Animal** em termos de saúde e bem-estar do rebanho, que contribuem para aumentar a produtividade.

Nivaldo Grando,
Diretor de Grandes Animais **Boehringer Ingelheim**

Menor na dose. Gigante no rendimento.

TECNOLOGIA
ULTRA-S
+ ha/L

**OUTROS
HERBICIDAS**

MEIOS EMBALAGENS

ATÉ
50%

 /CortevaPastaExtraordinária

 /PastaExtraordinario

Chegou a Tecnologia Ultra-S. A nova tecnologia que rende **ULTRA** mais no seu pasto.

Com uma formulação concentrada e exclusiva, os produtos com a Tecnologia Ultra-S rendem muito mais hectares tratados por litro de produto do que os demais herbicidas do mercado para plantas anuais e bianuais de folhas largas. Com um melhor e mais consistente controle de sidas, a Tecnologia Ultra-S é recomendada para a reforma e recuperação de pastagens.

TECNOLOGIA
ULTRA-S



Mais concentrado:
rende mais hectares
por litro de produto.



Rápida recuperação
da pastagem e oferta
de pasto ao gado.



Mais produtividade:
pastagem limpa produz
mais carne e leite.



Alta eficiência no controle
das plantas daninhas anuais
e bianuais de folhas largas.



Menos embalagens
para transportar,
guardar e descartar.

O aumento da produtividade e rentabilidade foi observado em campos experimentais, onde foram utilizados os produtos, seguindo corretamente as informações de dosagem e aplicação. O aumento de produtividade e rentabilidade depende também de outros fatores, como condições de clima, solo, manejo, estabilidade do mercado, entre outros.

ATENÇÃO ESTE PRODUTO É PERIGOSO À SAÚDE HUMANA, ANIMAL E AO MEIO AMBIENTE; USO AGRÍCOLA; VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRONÔMICO; 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.



Como empresa líder no segmento de controle de plantas daninhas em Pastagem, a **Corteva Agriscience** tem o compromisso de trazer constante inovação em soluções que permitam a evolução da Pecuária de forma sustentável. Partindo desta premissa, desenvolvemos a Tecnologia Ultra-S embarcada em uma nova família de herbicidas, o JaguarUltra™-S, o PalaceUltra™-S e o TordonUltra™-S, uma solução altamente moderna, eficiente e concentrada, que reduz em até 50% a necessidade de embalagens no campo, e de encontro às necessidades dos pecuaristas, aplicando mais hectares com o mesmo volume, além de promover benefícios de armazenamento, transporte e manuseio nas propriedades rurais. Para nos apoiar na construção deste marco na pecuária brasileira e nos lançamentos da Linha de Pastagem, contamos com a parceria de mais de 14 anos com a Alvorada Produtos Agropecuários.

Douglas Ribeiro,
Líder de Marketing da Corteva Agriscience para Brasil e Paraguai

Mais eficiência na reprodução

A Ourofino tem as soluções que atendem às necessidades do pecuarista. Uma linha completa para aumentar o desempenho reprodutivo do seu rebanho e ganhar mais o tempo todo.



App Ourofino
Dicas, vídeos e uma exclusiva
calculadora para ajudar no
seu manejo. Mire a câmera
do celular aqui e instale!





Com a Alvorada, pudemos escrever a história da **Ourofino Saúde Animal** nas regiões em que atua. É uma empresa que acredita na tecnologia como meio para aumentar a rentabilidade de nossos produtores rurais, juntamente com a assistência técnica. A Alvorada cresce, reinventa-se e joga para ganhar como a gente. São valores que acreditamos serem necessários para a evolução e transformação de nosso setor. E a gente vai além. A nossa parceria se fortalecerá ainda mais.

Kleber Gomes,
CEO Ourofino Saúde Animal

NOSSO OBJETIVO É

levar soluções e serviços inovadores até o campo, para auxiliar o pecuarista a resolver os principais problemas sanitários dos rebanhos, gerando mais lucro com a atividade, assim assegurando a saúde dos animais para evolução de produtividade e produção de carne e leite mais seguros para o consumo.



SANIDADE ANIMAL



PRODUTIVIDADE



USO CONSCIENTE
DE PRODUTOS



SOLUÇÕES DESCARTE ZERO

Na pecuária leiteira, a Vetoquinol Resolve os principais problemas sanitários: verminoses, carrapatos, mastites, pneumonias, diarreias, tristeza parasitária etc. Com soluções para todas as categorias do rebanho; bezerras, novilhas, vacas secas e vacas em lactação com o benefício do descarte zero.



SOLUÇÕES ARROBA FORTE

Para pecuária de corte, a Vetoquinol Resolve os principais problemas sanitários; verminoses, carrapatos, moscas-do-chifre, pneumonias, diarreias, problemas de casco etc, com soluções para todas as fases e sistemas de criação. Cria, Recria, Engorda, Vacada e Touros, sendo que para engorda e terminação com o benefício da baixa carência ou carência zero ao abate.





O Grupo Alvorada e a **Vetoquinol** têm objetivos comuns: oferecer produtos eficazes e inovadores para a proteção e o tratamento dos animais, seja de produção ou de companhia, buscando contribuir com soluções para o aumento da produtividade na pecuária. Este é o compromisso que compartilhamos desde o início de nossas atividades no Brasil e que se intensifica a cada dia. O sucesso da pecuária brasileira deve-se a uma série de fatores, inclusive aos trabalhos de extensão, difusão de conhecimento e proximidade com os pecuaristas realizados pela Alvorada. Parabéns por mais esta conquista e pelo profissionalismo. Tenha na Vetoquinol uma empresa parceira, que valoriza a sua história, comprometimento e ideais.

Jorge Espanha,
Presidente da Vetoquinol Saúde Animal

TENHA MAIZ PREENHEZ COM AS SOLUÇÕES ZOETIS

Nos estudos realizados, vacas que receberam **Cydectin® no início do protocolo (dia 0)** apresentaram maiores taxas de prenhez à IATF*.



*Estudo: Boletim Técnico Zoetis, nº2, 2020 - Efeito do tratamento com Cydectin® no início do protocolo de IATF sobre as contagens de OPG e eficiência reprodutiva de vacas Nelore.



“O trabalho que a equipe da Zoetis impõe nos clientes é realmente diferenciado, tanto na formação técnica dos funcionários das fazendas por nós atendida quanto de todos os colaboradores da Alvorada, que multiplicam essa informação pelo Brasil.

No contexto de geração de demanda, a equipe faz um trabalho brilhante no dia a dia, agregando faturamento às nossas lojas e promovendo uma sinergia comercial importante para nosso negócio veterinário no grupo como um todo.

Um exemplo disso foi a última ação técnica/comercial da Confraria da Carne, onde fomos surpreendidos com um fenomenal resultado, impactando positivamente inclusive no nosso resultado do mês. A associação usada na campanha evidenciando o uso do Cydectin® no dia 0 da estação de monta, mostrou mais uma vez que a Zoetis inova nas ações buscando um melhor resultado ao produtor rural.

A Zoetis traz uma confiança muito forte ao produtor, principalmente na confiança dos produtos e serviços. Isso é refletido muito nas vendas e na ativação de uma base comercial sólida auxiliando muito na parceria. Sair dessa oferta transacional e propor a oferta de valor sempre será uma temática para o grupo Alvorada e isso a parceria nos ajuda em muito.”

Feres Soubhia Filho

Fundador e diretor da Alvorada Produtos Agropecuários.

zoetis



“

A missão da **Zoetis** é contribuir para a melhoria da produtividade e eficiência da pecuária por meio de tecnologias, produtos, soluções e serviços. Esta missão só se torna possível com parcerias estratégicas, como a que temos com o Grupo Alvorada. Com sua vasta rede de lojas, em diversos estados do País, o Grupo Alvorada multiplica e facilita o acesso dos pecuaristas às soluções de mais alta tecnologia da Zoetis, realizando um trabalho comercial complementar e sinérgico com a atualização técnica realizada no campo pela nossa equipe.

José Paulo Peron,
Diretor da Unidade de Negócios,
Bovinos & Equinos Zoetis Brasil

O MUNDO ESTÁ CADA VEZ MAIS CONECTADO



**SOMOS A PUBLIQUE, UMA AGÊNCIA DE PROPAGANDA QUE
CONECTA GRANDES MARCAS E CLIENTES COM O MUNDO.**

PROPAGANDA • ASSESSORIA DE IMPRENSA • AUDIOVISUAL • BANCO DE IMAGENS
CONSULTORIA E PALESTRAS • EDITORA, EVENTOS E RP • MARKETING DIGITAL

PUBLIQUE
PROPAGANDA & MARKETING
A AGÊNCIA DO AGRONEGÓCIO



“

Uma honra para nós, do **Grupo Publique**, termos realizado este trabalho e esta super matéria de capa na nossa Revista AgroRevenda com a bellissima trajetória do Grupo Alvorada, liderado por seu fundador, o empresário Feres Soubhia. O Grupo volta à capa de nossa publicação depois de 38 edições e em um momento todo especial no mundo dos negócios. Muito bom ver o apetite de investimento, criação de negócios, geração de riquezas e muito mais qualidade de vida para as pessoas do Ecosistema ALVORADA, com sua Diretoria, Colaboradores, fornecedores e seus clientes. Parabéns, Feres. Você é nota 10!



Carlão da Publique,
Presidente do Grupo Publique

Produzir alimento bom e sustentável é possível!

Gigante da nutrição animal mundial lança a estratégia 'We Make it Possible'

A Royal DSM anunciou a reorganização do negócio de Nutrição e Saúde Animal para estreitar o relacionamento com clientes e simplificar os processos em toda a cadeia. Uma estratégia repensada para reduzir o impacto nos principais desafios da indústria, desenvolvendo soluções inovadoras que produzam proteínas animais mais sustentáveis.

A companhia criou duas linhas de negócio para o escopo global de Nutrição e Saúde Animal, possibilitando maior agilidade no relacionamento com os clientes e desenvolvimento de soluções inovadoras com a área de Especialidades. "A DSM vem investindo significativamente em soluções, tecnologias, produtividade dos plantéis, qualidade do produto final, sustentabilidade nos processos produtivos, saúde e bem-estar dos animais. Com as duas novas linhas de frente, poderemos ampliar o nosso atendimento, expandir geograficamente nossa atuação e responder com mais agilidade à crescente demanda do mercado. E ainda ofereceremos soluções inovadoras, sustentáveis e de alta performance para a indústria e os consumidores do planeta inteiro", explicou Augusto Adami, Vice-Presidente de Nutrição e Saúde Animal da DSM na América Latina.

Há mais de 12 anos, a DSM cultua os valores da sustentabilidade, melhora do clima, da energia e do planeta, para a criação de um futuro melhor. A empresa acompanha os movimentos de procura por uma alimentação mais saudável,

o aumento exponencial da população, as mudanças de hábitos e a conscientização dos consumidores em relação à saúde. Para colaborar com estas tendências, o negócio de Nutrição e Saúde Animal da DSM centralizou sua estratégia no We Make it Possible (Nós tornamos isso possível), na missão de liderar uma transformação viável em todo o mundo na produção sustentável de proteína animal e em soluções que promovam um futuro mais brilhante.

Alinhada com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU), a iniciativa é impulsionada por plataformas de sustentabilidade que orbitam em torno de temas como desempenho animal, recursos naturais, emissões da pecuária, resistência antimicrobiana, dependência dos recursos marinhos, qualidade,



Augusto Adami: "Busca constante de soluções inovadoras, sustentáveis e de alta performance."

perda e desperdício dos alimentos. A iniciativa estratégica We Make it Possible marca uma aceleração significativa da jornada em direção a um futuro mais sustentável.

ROYAL DSM

- # Adquiriu o Grupo Erber por € 980 milhões / Mercado de eubióticos
- # Meta DSM: crescer 2,5 vezes acima do mercado de nutrição animal

PLATAFORMAS DE SUSTENTABILIDADE

'WE MAKE IT POSSIBLE'

- # Melhorar o desempenho na vida dos animais de criação
- # Usar com eficiência os recursos naturais
- # Reduzir as emissões da pecuária
- # Ajudar no combate à resistência antimicrobiana
- # Reduzir a dependência dos recursos marinhos
- # Melhorar a qualidade dos alimentos
- # Combater a perda e o desperdício de alimentos

NUTRIÇÃO ANIMAL MUNDIAL

- # Crescimento de 1,5% a 2% ao ano
- # Até 2029, a produção de carne será de mais de 565 milhões de toneladas
- # Até 2029, a demanda por ovos será de 89 milhões de toneladas.

**Se tem Lacbovi[®],
tem mais produção
de leite com excelente
custo-benefício.**



Se tem Lacbovi[®], tem produtos especiais para o início da suplementação adequada de vacas em lactação. Disponível nas lojas agropecuárias de todo país, Lacbovi[®] tem soluções que proporcionam o aumento da produção de leite com excelente custo -benefício para o produtor. Tortuga[®], uma marca DSM. Se tem Tortuga[®], tem futuro.

Penhorar safras é solução para a inadimplência?

Como produtores e distribuidores credores devem agir do financiamento à quitação da dívida

O penhor agrícola se tornou uma forma de garantia ao credor do momento da concessão de crédito até o prazo final do pagamento. Poderia ser a solução dos problemas, mas, no atual mercado, esse meio de pagamento ainda não é uma forma 100% segura. E qual o motivo disso? A distância entre o financiador e o financiado. Um dos meios ineficazes, mas muito usado pelos bancos e credores, são as hipotecas da terra. Com essa forma de pagamento é difícil reaver o pagamento por conta das terras já estarem hipotecadas. O penhor agrícola, quando bem utilizado, é a garantia que permite levar crédito com segurança a todos os segmentos do agro e aumentar sua carteira de financiamento na frente da concorrência. A solução é o financiador ter acesso às informações em tempo hábil para que consiga, caso necessário, executar a lavoura dentro do período da safra, garantindo, assim, o seu recebimento. Esse é o papel da consultoria especializada no assunto. Garantir que você vai receber seu investimento no fim da safra.

O monitoramento por satélite é uma das várias tecnologias usadas para verificar a constituição da garantia, selecionar os melhores locais para o penhor, evitar seu esvaziamento e, caso necessário, levar à sua execução. Trazer segurança para o financiador do agronegócio por meio de uma concessão de crédito informada e do uso correto do penhor agrícola é o principal objetivo da



Bernardo Fabiani - CTO da Terra Magna, agtech brasileira que atua na mitigação de riscos do Agro.

consultoria especializada. Garantindo a segurança nas operações financeiras do agronegócio, empoderamos financiadores para atenderem novos segmentos da agricultura brasileira com segurança, reduzindo a assimetria de informação e facilitando o fluxo de crédito em todos os segmentos do agro.

Com a consultoria, é possível realizar o monitoramento de lavouras por meio de um sistema próprio via satélite e, também, monitoramento de campo para acompanhar o grão do campo ao silo. O monitoramento funciona da

seguinte forma: a empresa recebe o descritivo das operações de concessão de crédito e o financiador acompanha em tempo real a lavoura, chegando antes dos demais credores e evitando fraudes, como ausência de plantio ou desvio do grão produzido. Caso sejam observados indícios de que haverá problemas no pagamento, o credor executa rapidamente o colateral e tem garantia de liquidez com a venda da lavoura. Assim, é possível proporcionar mais segurança nas operações financeiras do agronegócio, tomando o processo transparente, menos invasivo e com dados isentos.



EVENTO
100%
ONLINE

#DATAGROSP

26, 27 E 28
DE OUTUBRO
DE 2020



20ª CONFERÊNCIA
INTERNACIONAL DATAGRO
SOBRE AÇÚCAR E ETANOL



**INSCRIÇÕES
ABERTAS**

A 20ª Conferência Internacional DATAGRO sobre Açúcar e Etanol completa 20 anos e será o marco da retomada do setor sucroenergético.

Especialistas de renome nacional e internacional apresentando as tendências de mercado, previsões e estimativas em primeira mão.

**VIVA ESSA
EXPERIÊNCIA:**

Conteúdo online de alta qualidade e networking entre os participantes.



PLANTE SUA MARCA
NOS GRANDES EVENTOS DO
AGROBUSÍ尼奥 MUNDIAL

CONFERENCIA@DATAGRO.COM

CONFERENCES.DATAGRO.COM +55 (11) 4133 3844



MASTER:



PATROCÍNIO:



REALIZAÇÃO:



ORGANIZAÇÃO
E CURADORIA:



Yara adota estrutura organizacional regional

Lair Hanzen, que comandava a empresa no Brasil, agora é EVP Américas



Desde o dia primeiro de junho, a Yara passou de uma estrutura por segmento para uma estrutura organizacional regional. As operações da empresa agora compreendem três Unidades Regionais, uma Unidade de Plantas Globais e Excelência Operacional e uma nova função global de Farming Solutions. "A nova estrutura vai intensificar nosso

foco no cliente em cada região, ao mesmo tempo em que vai impulsionar a transformação do nosso negócio para o futuro. É mais um marco na execução da nossa estratégia de nutrição de plantas como um player integrado à cadeia de valor dos alimentos", declarou Svein Tore Holsether, presidente e CEO da Yara. As três unidades Regionais - Europa,

Américas, Ásia e África - terão operações de produção, supply chain (cadeia de suprimentos) e comerciais, o que dará mais autonomia às nossas operações diárias em uma estrutura totalmente integrada. Elas irão produzir e entregar as atuais soluções da Yara, além de comercializar novas soluções sob a orientação da função Farming Solutions.

A Farming Solutions terá uma atribuição global para impulsionar a transformação do principal negócio da Yara, que é a nutrição de plantas, desenvolvendo tanto as atuais soluções como novas, incluindo Produtos Premium, negócios digitais, colaboração na cadeia de valor dos alimentos e soluções neutras para o clima. A unidade de Plantas Globais e Excelência Operacional será responsável pelas operações das maiores plantas de produção da Yara e por impulsionar a melhoria operacional e o desenvolvimento de competências em todas as unidades de produção.

Tove Andersen, atualmente EVP de Produção, assumirá a posição de EVP da regional Europa. Chrystal Monthean, atualmente SVP da BU América Latina, assumirá a posição de EVP da regional África e Ásia. Lair Hanzen, atual EVP para o Brasil, assumirá a posição de EVP da regional Américas. Terje Knutsen, atualmente EVP de Vendas e Marketing, assumirá a posição de EVP da regional de Farming Solutions. Pål Hestad, SVP de Produção do Norte da Europa, assumirá a posição de EVP de Plantas Globais e Excelência Operacional. Pablo Barrera Lopez, atualmente EVP de Estratégia e Supply Chain, assumirá a posição de EVP de Estratégia e Comunicações. Kristine Ryssdal, Diretora Jurídica, assumirá a posição de EVP de RH e Diretora Jurídica. "Nossa organização vem, ao longo dos meses, respondendo aos desafios da nossa nova realidade com agilidade, rapidez e força para apoiar a cadeia global de valor dos alimentos. Isso me impressionou profundamente e confirmou minha visão de que uma configuração regional fortalecerá nosso negócio, alavancará o potencial e removerá barreiras," disse Svein Tore Holsether.

CONSELHO EXECUTIVO DO GRUPO YARA

- # Svein Tore Holsether - Presidente e CEO
- # Lars Rosåeg - EVP e CFO
- # Tove Andersen - EVP Europa
- # Chrystal Monthean - EVP África e Ásia
- # Lair Hanzen - EVP Américas
- # Terje Knutsen - EVP de Soluções Agrícolas
- # Pål Hestad - EVP de Unidades Globais e Excelência Operacional
- # Pablo Barrera Lopez - EVP de Estratégia e Comunicações
- # Kristine Ryssdal - EVP de RH e Diretora Jurídica

LAIR HANZEN NOVO EVP AMÉRICAS

- # 26 anos de empresa | Começou na Adubos Trevo
- # Nasceu em Itapiranga (SC) | Filho de agricultores
- # Administrador de Empresas | Especialização em Recursos Humanos | Mestrado em Negócios Internacionais
- # Passou pela Argentina (5 anos), Noruega (4 anos) e Brasil (últimos 6 anos)

YARA GLOBAL

- # Líder mundial em nutrição de plantas
- # Faturamento: US\$ 10 bilhões por ano
- # 17 mil colaboradores
- # Missão: "Alimentar o mundo e proteger o planeta de forma responsável"

YARA BRASIL

- # Sete mil colaboradores | Representa ¼ da empresa mundial
- # Investimentos de R\$ 7 bilhões em complexo de fertilizantes (RS) e complexo industrial (MG)



Lair Hanzen - EVP Américas da Yara.

Corteva Agriscience lança Revolux contra a broca-da-cana

Inseticida é a mais nova opção para os produtores de cana nas prateleiras de revendas, distribuidores e cooperativas do setor



Cana do Brasil -
Maior produtor do
mundo, 9 milhões de
hectares e mercado
de US\$ 1,4 bilhão.

Com o intuito de fortalecer a atuação no setor de cana-de-açúcar, que é a segunda maior

cultura brasileira, a Corteva Agriscience lançou em junho passado o inseticida Revolux, indicado para o combate

total da broca-da-cana, lagarta que possui efeito direto na qualidade da matéria-prima e pode causar prejuízos

de até R\$ 5 bilhões por ano ao setor. Composto por dois novos ingredientes ativos (Espinetoram e Metoxifenozide), Revolux atua em dois modos de ação diferenciados para uma proteção prolongada da cana contra a broca, com seletividade aos inimigos naturais, e torna-se um produto referência para o Manejo Integrado de Pragas (MIP) ao permitir rotacionar modos de ação dentro da estratégia do manejo de resistência. Os dois princípios ativos ganharam o prêmio de química verde, chancelado pela Agência de Proteção Ambiental dos Estados Unidos (EPA), por sua ação específica em insetos-alvo, seletividade aos organismos benéficos em condições de campo e baixo residual.

O Brasil é o maior produtor de cana-de-açúcar do mundo, com mais de nove milhões de hectares de área plantada e um mercado de proteção de cultivos de 1,4 bilhão de dólares. A Corteva ainda pretende contratar novos profissionais de alto conhecimento técnico e do negócio e montar um portfólio completo, com inseticida, herbicida, fungicida, maturador e nematocida microbiológico. "Esta é uma cultura estratégica para a companhia. Queremos levar soluções inovadoras aos clientes e teremos muitas outras novidades em breve", afirmou Mariana Castanho, Diretora Comercial da Corteva Agriscience. A companhia investe US\$ 1,2 bilhão por ano em Pesquisa & Desenvolvimento, sendo 200 milhões deste total destinados ao Brasil.

"Revolux possui dois novos ingredientes ativos que não existem hoje no mercado. Atua para a produtividade e qualidade da matéria-prima. Tem ação ovicida, rapidez no controle, longo residual, alta potência inseticida. E o resultado é um extenso período de controle. Podemos usar até 200 ml por hectare, uma a duas aplicações, e vamos conseguir controlar todo o ciclo

CORTEVA AGRISCIENCE

- # Nasceu em 2019
- # Presente em 140 países
- # 150 unidades de pesquisa
- # 21 mil colaboradores no mundo
- # 4 mil pesquisadores
- # US\$ 1,2 bilhão em investimentos
- # Faturamento de US\$ 14 bilhões | US\$ 2,8 bilhões na América Latina
- # Atua em sementes, proteção de cultivos e agricultura digital
- # Mercado de milho, soja e proteção de cultivos em pastagem, proteção em arroz e cana


CORTEVA AGRISCIENCE BRASIL

- # Segundo maior país em investimentos no planeta
- # US\$ 200 milhões investidos em pesquisa no Brasil
- # 26 unidades
- # 10 centros de pesquisas
- # Dois mil colaboradores

CANA-DE-AÇÚCAR

- # Terceiro produto agrícola do Brasil | Junto do milho e atrás da soja
- # Movimenta US\$ 1,3 bilhão
- # 9 milhões de hectares | Maior produtor mundial
- # Corteva com 10 herbicidas, inseticidas, fungicidas, inibidor e maturador - produtos atuais e lançamentos

da praga. E a broca é muito severa no campo. Um por cento de infestação causa uma destruição enorme no canavial", detalhou Rodrigo Takegawa, líder de Marketing da Corteva para cana-de-açúcar. O novo inseticida já pode ser encontrado junto aos representantes comerciais que integram toda a estrutura da Corteva

no Brasil, na compra direta ou pelas cooperativas e os distribuidores. Sem falar nas maiores cooperativas de cana do País. "A proposta da Corteva é clara: enriquecer a vida de quem produz e consome, no Brasil e no mundo. Com defensivos, sementes e total sustentabilidade", concluiu Mariana Castanho. 

Grupo Matsuda lança MG18 Áries II

A nova cultivar é recomendada para o Sul do Brasil e já está sendo ofertada por revendas, distribuidores e compra direta

O Grupo Matsuda lançou no fim de junho uma nova cultivar de forrageira, a MG18 Áries II. É o resultado de um trabalho de melhoramento que começou em 2012 e que oferece ao pecuarista uma solução tecnológica com ótima adaptação ao clima frio.

Indicada para bovinos de corte e de leite, a MG18 Áries II tem uma digestibilidade acima de 60%, o que permite a equinos, caprinos, ovinos e bezerros consumir a pastagem. "É uma ótima opção para o gado de corte e o rebanho leiteiro", reforçou Alberto Takashi, engenheiro-agrônomo do Departamento Técnico da Matsuda.

A MG18 Áries II possui maior quantidade de folhas comparado com a quantidade de talos. O que melhora por si só a qualidade nutricional e a digestibilidade, pois as folhas são mais nutritivas e mais digeríveis que os talos. As plantas são mais baixas que a cultivar Áries e o crescimento mais prostrado (touceira menos ereta). "O Áries II surgiu para atender a um mercado em potencial, que é a região Sul do País, pelo clima frio, e, nesses últimos anos, pela maior incidência de altas temperaturas e secas mais severas. Outro fator que levou à pesquisa foi o término do período de proteção da cultivar Áries, que foi de 15 anos", explicou Takashi.

Trata-se de uma espécie de clima tropical, com boa adaptação, mas pode ser plantada em outras regiões,

observando-se, principalmente, a fertilidade do solo, pois é uma cultivar muito exigente. Regiões com altitudes acima de 1.000 metros são também mercado para esta cultivar.

"Normalmente, as cultivares de Panicum maximum são exigentes em fertilidade do solo, e esse é o caso da MG18 Áries II. Para estabelecer uma área com essa cultivar é necessária uma coleta de amostra do solo e, de acordo com os resultados, deve-se fazer a calagem e a adubação", enfatizou o engenheiro. As sementes MG18 Áries II da Série Gold são puras, tratadas com fungicida, polímero e são incrustadas com a tecnologia IncoTec. E já podem ser

encontradas em revendas, distribuidores e na compra direta nos três estados do Sul do Brasil: Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.



Bayer faz parceria com Casa do Adubo

Distribuidora irá comercializar o portfólio Bayer, incluindo produtos de proteção de cultivos, sementes milho e serviços




Abdalah Novaes, diretor de Acesso ao Mercado da Bayer: "Ampliar a atuação em mercados de pequenos e médios agricultores".

A Bayer anunciou uma parceria para colocar o seu portfólio em uma das maiores distribuidoras de produtos agrícolas do Brasil, a Casa do Adubo. A parceria está vigorando desde abril e disponibilizará, em todos os canais do Grupo Casa do Adubo, as soluções tecnológicas da Bayer, como sementes de milho, produtos de proteção de cultivos, além dos benefícios para os participantes do programa de relacionamento Impulso Bayer, tratamento de sementes industrial (TSI) e outros produtos disponíveis na plataforma Órbita. Com 83 anos de mercado e operações fortemente consolidadas nas regiões Sudeste, Centro-Oeste, Norte e Nordeste do País, o Grupo Casa do Adubo é conhecido por sua presença expressiva no atendimento logístico de longo alcance, para agricultores de pequeno e médio porte. A rede também entrega onde não há lojas físicas e a intenção da empresa é acelerar essa frente, responsável por aproximadamente 75% das vendas.

De acordo com Abdalah Novaes, Diretor de Acesso ao Mercado da Bayer, a ampliação da parceria busca viabilizar o acesso do produtor local ao portfólio de soluções da companhia por meio de um distribuidor que atenda de forma precisa nessas localidades. "Unir forças com uma empresa com o alcance de vendas como o Grupo Casa do Adubo reforça nosso compromisso global de ampliar a atuação em mercados de pequenos e médios agricultores. E fornecer a eles as melhores soluções e inovações para ajudar em seu plantio", disse Novaes. Para Raphael Perim Covre, diretor presidente do Grupo Casa do Adubo, nos próximos anos, a empresa terá como desafios dobrar o número dos atuais 100 mil clientes atendidos com crédito, logística e/ou vendas realizadas diretamente em suas propriedades, bem como dobrar o número de lojas físicas existentes antes do início da expansão, iniciada no ano passado. "Nossa estratégia é buscar parceiros como a Bayer para levarmos os melhores produtos e serviços para nossas redes e, assim, atender cada vez melhor os agricultores locais, de maneira segura e confiável", ressaltou.

Além de ganhar acesso a pequenos e médios produtores, a parceria ampliará a presença da Bayer em regiões agrícolas extremamente estratégicas, como Sudeste, Nordeste, Centro-Oeste e Norte. "O Grupo Casa do Adubo está alinhado com o perfil de parceiro que buscamos para a nossa distribuição, que oferece para o agricultor uma solução personalizada por meio do nosso portfólio, assim como

também é referência em serviços de atendimento logístico e operacional", destacou Novaes. 



Raphael Perim Covre, diretor Presidente do Grupo Casa do Adubo: "Dobrar o número dos atuais 100 mil clientes atendidos".

BAYER

- Empresa global de Ciências da Vida em saúde e nutrição
- 117 mil colaboradores no mundo
- Vendas de 59,6 bilhões de euros
- Investimentos de 2,6 bilhões de euros
- 6,2 bilhões de euros em Pesquisa e Desenvolvimento


CASA DO ADUBO


- Atua na revenda de insumos agropecuários ao consumidor final e como distribuidora atacadista para atender a outras revendas de insumos no País
- 26 unidades operando | Mais de 700 colaboradores
- Previsão de abertura de 14 novas lojas
- Atende agricultores e pecuaristas no Acre, Pará, Maranhão, Espírito Santo, Rio de Janeiro, em Mato Grosso, Rondônia, Tocantins, Minas Gerais e na Bahia


HappyTail, lugar de Pet Feliz!


O **HappyTail Eco Pet Resort** é um lugar amplo, tranquilo, com muito verde, pássaros, ar puro e guardadores super carinhosos. O seu melhor amigo merece se hospedar em um lugar assim!

Zeus
Hóspede
HappyTail

 (15) 991364411

 /ecopetresort

 happytail.com.br

 @happytailresort



Estrada Municipal Bairro dos Mirandas, 2006
Porangaba - SP

FALANDO DE *Bichos*

TUDO DE PET. TUDO DE BOM.



O envolvente

UNIVERSO DO AQUARISMO

Aquarismo ou Aquariofilia é a atividade de criar peixes, plantas e outros organismos, em recipientes e tanques naturais ou artificiais, com fim ornamental ou de estudo. A prática que invariavelmente se torna um hobby e uma paixão vem ganhando cada vez mais adeptos e evoluindo em números no mercado pet.

Dentro Segundo dados do Sebrae, há, no Brasil, cerca de cinco mil lojas de aquariofilia, com potencial para 25 mil empregos diretos e 75 mil indiretos, sendo considerados nesse grupo de criadores e pescadores até importadores, exportadores e distribuidores. Além dos estabelecimentos exclusivos, muitas revendas agropecuárias e petshops investem na prateleira do aquarismo e oferecem um rico portfólio com produtos, equipamentos, rações e variedades de peixes.

A Associação Brasileira da Indústria PET (Abinpet) informa que, dos R\$ 22,3 bilhões faturados em 2019, o aquarismo representa uma parcela menos significativa do que a das aves, por exemplo, mas que tem grandes perspectivas de crescimento. Alguns números do setor apontam que os negócios exclusivos com peixes ornamentais já colocaram o País no 13º lugar das exportações, com U\$ 6.570 milhões, segundo o Portal da Embrapa (2018).

O relatório da APEX registra 725 espécies liberadas para comercialização,

entre mais de quatro mil catalogadas na fauna local. Cerca de 42% das exportações brasileiras vão para a Ásia, 37% para a Europa e 20% têm como destino a América. Os maiores importadores do Brasil são Japão, EUA e Alemanha.

O mercado global de peixes ornamentais cruzou os US\$ 4,2 bilhões em 2017. E deverá avançar com uma taxa de crescimento anual composta de mais de 7,85%, em termos de valor. A previsão é que alcance cerca de US\$ 6,2 bilhões até 2024.

Os peixes ornamentais comerciais também são oriundos do extrativismo, tanto dos rios como do mar. Mas a atividade que exige licenças ambientais estaduais e de nível federal está em declínio por conta da alta taxa de mortalidade, desde a captura até o destino, e da concorrência com aquicultores especializados em produção de cativeiro, que usam melhoramento genético para criar peixes mais vigorosos e adaptados a ambientes artificiais.

Da base de produção para o mercado consumidor o número muda bastante e impressiona. Com restrições e dificuldades de manter animais domésticos,



como cães e gatos, em apartamentos, os aquários se tornaram uma característica importante da decoração das casas e um item para o bem-estar das

pessoas que desejam conviver com animais em seus lares. No último censo, o IBGE registrou 11 milhões de brasileiros com aquários em casa.

DICAS PARA MONTAR SEU AQUÁRIO

É importante escolher com cuidado o aquário ideal. A dimensão determina os materiais que devem ser adquiridos para o novo hobby. O local do aquário deve ser um ponto de fácil acesso, protegido de sol, vento e de mudanças bruscas de temperatura. Considere riscos de queda, especialmente se tiver crianças ou outros animais em casa. O lar dos peixes precisa ser seguro, agradável e confortável. O tamanho do aquário e a capacidade em litros determinará a potência de itens, como filtro – que pode ser externo ou de fundo, termômetro ou termostato e lâmpada. A decoração e a montagem do interior do aquário é a parte mais empolgante, antes da escolha dos peixes.

No fundo do aquário, deve ser colocado o substrato. Fique atento, pois esse produto influencia o equilíbrio da água, alterando o pH e outros aspectos químicos. De acordo com especialistas, o melhor é apostar em um elemento neutro, como o quartzo. O último passo da decoração são as plantas. Bonitas e charmosas, elas contribuem para a sanidade do ambiente. Porém, cuidar de plantas aquáticas pode ser um desafio, especialmente para novos aquaristas. Uma dica é usar madeira natural tratada. Há, também, os itens artificiais preparados para ficar submersos, que você pode usar para compor a decoração. Busque uma loja especializada para verificar as opções disponíveis e libere a criatividade!

Pesquise sobre peixes para escolher os novos moradores. Quem admira um belo aquário dificilmente sabe que os peixes têm personalidade e temperamento bem específicos. Os adoráveis kinguios precisam de higienizações regulares e o famoso betta é um ciumento territorialista, por exemplo. Algumas espécies precisam de mais liberdade para nadar e não são indicadas para aquários menores. Há, ainda, aquelas que se adaptam a um aquário de menores proporções. Porém, de uma maneira geral, quanto mais espaço, melhor. Alguns dos mais populares para convívio e de fácil manejo são: Kinguio, Dojô, Lebsiter, Molinésia, Mato Grosso, Tetra Neon, Acará Bandeira e Paulistinha.



O BRASIL É
CONSIDERADO
UM DOS MAIORES
CELEIROS DE PEIXES
ORNAMENTAIS
DO MUNDO!

CUIDADOS BASICOS

Alimentar os peixes é o momento de maior interação.

A alimentação diária deve privilegiar as rações que boiam, recomendadas para as espécies que comem na superfície; granuladas, para os peixes que se alimentam no meio do aquário; e as que afundam, para os peixinhos de fundo. Observe a regra dos três minutos. Coloque o alimento e se, ao final desse período tiver sobrado ração, é sinal de que você exagerou. Retire as sobras com um sifão e coloque menos comida na próxima vez.

Higienizar o aquário regularmente é fundamental para um ambiente saudável. Use produtos desenvolvidos para o aquarismo e um sifão para sugar a água e a sujeira. O instrumento é útil tanto na limpeza do fundo quanto na renovação da água. A água não deve ser trocada por completo. A recomendação é deixar 30% do conteúdo na hora da faxina.

Aprender sobre aquarismo é uma atitude natural de quem se aventura nessa prática. Seja responsável com as vidas que estarão no seu aquário. Pesquise sobre testes da água, prevenção e tratamento de doenças, como fungos, e sobre a preparação da água da torneira ou de outras fontes que serão usadas. Vários sites da internet oferecem cartilhas e manuais de aquarismo. Além disso, as lojas contam com profissionais preparados para dar dicas e explicar o uso dos produtos.



“

ANTES DE PUNIR
DEVE-SE SEMEAR O
CONHECIMENTO DE
FORMA AMPLA
E IRRESTRITA

”

Na defesa

E NA REPRESENTAÇÃO DO PET

Entrevista com Mônica Grimaldi

Atualmente, a lei de crimes ambientais é a única que trata da punição para quem fere animais, domésticos ou não. Ela prevê detenção de três meses a um ano, além de multa. Quando o animal morre, a pena pode aumentar em até um terço. Abusos e maus-tratos contra animais precisam ser denunciados à polícia, que tem o dever de investigar cada caso.

Mas, para quem defende os direitos dos animais, ainda é preciso avançar muito. Mais do que punir os agressores, é necessário criar uma cultura de respeito aos animais.

Monica Grimaldi, a nossa entrevistada desta edição, é advogada da CBKC (Confederação Brasileira de Cinofilia) e especialista na área pet e animal. A profissional, que tem grande conhecimento em seleção e comportamento animal, é instrutora operacional de cães-guia de cegos, somando às suas atribuições o cargo de presidente da Associação Cão Guia de Cegos. Quando não está envolvida em na defesa e representação das causas dos animais como advogada ou porta-voz, Mônica se aprofunda em conhecimentos e no exercício das atividades de cinófila,

comportamentalista animal e criadora de cães da raça Terrier Brasileiro (Fox Paulistinha). Ela é a titular do Canil Absoluto, sendo a linha de sangue do plantel uma das oito que pavimentaram o reconhecimento internacional da raça pela Federação Cinológica Internacional (FCI).

Falando de Bichos - Como avalia o cenário atual das leis para os animais?

Mônica Grimaldi - É bastante complexo. Hoje, a causa animal é uma grande preocupação, porém, muitas vezes, pessoas despreparadas resolvem elaborar leis sem o devido preparo técnico, proibindo a criação responsável ao invés de regulamentar com políticas públicas realmente eficientes. Generalizar o bom pelo mau, punindo todos, não resolve nada. Só incita o ódio e não soluciona o problema.

Falando de Bichos - Desde que começou nessa área, a senhora percebeu alguma evolução? Somos donos melhores, mais conscientes ou mais "legais" hoje?

Mônica Grimaldi - Bem, sou pioneira na área, me especializei em 1997. Desde então, o convívio com animais de estimação evoluiu. Hoje, os pets fazem parte da família. Sem sombra de dúvidas, somos donos melhores e mais preocupados com o bem-estar animal.

Falando de Bichos - O que poderia ou o que está sendo feito para que avancemos ainda mais nas questões de bem-estar animal e de redução dos casos de maus-tratos aos animais de companhia?

Mônica Grimaldi - É de extrema importância que tenhamos políticas públicas eficientes, com campanhas de castrações e orientações para o cuidado com

o bem-estar animal como matéria de grade curricular em escolas. Antes de punir, deve-se semear o conhecimento de forma ampla e irrestrita.

Falando de Bichos - Onde estão as maiores fragilidades na lei de proteção aos animais? Aplicação, fiscalização, obediência? Comente.

Mônica Grimaldi - Honestamente, acredito que a comprovação (através de laudos veterinários) e a fiscalização são os pontos de maior vulnerabilidade. Mas estamos evoluindo nesse quesito. Volto a bater na tecla da educação e do conhecimento. Acredito muito na fiscalização não só dos criatórios, mas também de todo e qualquer detentor de animal. Vida é vida, independentemente de ter raça ou não. Todos os animais devem ser cuidados e protegidos, tendo suas características individuais e seu comportamento natural respeitado e preservado.

Falando de Bichos - Como criadora, amante de animais de estimação e especialista jurídica, qual seria o mundo ideal para um pet?

Mônica Grimaldi - Acho que uma palavra resume tudo, e ela é DIGNIDADE!!! Bicho não é gente, então, muitas vezes, as pessoas erram tentando fazer o bem. Animais necessitam de alimentação correta, devidamente balanceada, de água fresca e limpa, de acompanhamento veterinário (vermífugos e vacinas) e de abrigo que os protejam tanto do calor intenso quanto da chuva e do frio. Se os donos cuidarem de promover exercícios diários, aliando nesses contatos brincadeiras e atenção, está tudo certo para o cão. Eu entendo que uma forma de amar um animal é respeitar a condição dele,

PARA PESQUISAR

A principal lei que protege os animais é a Lei Federal 9.605/98, conhecida como Lei dos Crimes Ambientais: Art. 32 – Praticar ato de abuso, maus-tratos, ferir ou mutilar animais silvestres, domésticos ou domesticados, nativos ou exóticos.



sem humanizá-lo. Adestrar e educar um filhote faz parte disso. Em minha opinião, o difícil não é ter, mas sim manter um pet na sua vida. Por isso, recomendo sempre que, antes de adquirir um animal, o candidato a dono

estude sobre a raça e o comportamento do mesmo e evite adoções ou compras por impulso. Insisto e reforço que vidas não são descartáveis e que a vida média de um pet (cão ou gato) é de cerca de 15 anos. 🐾

“

HOJE, A CAUSA ANIMAL É UMA GRANDE PREOCUPAÇÃO, PORÉM, MUITAS VEZES PESSOAS DESPREPARADAS RESOLVEM ELABORAR LEIS SEM O DEVIDO PREPARO TÉCNICO OU PROIBINDO A CRIAÇÃO RESPONSÁVEL AO INVÉS DE REGULAMENTAR COM POLÍTICAS PÚBLICAS REALMENTE EFICIENTES.

”



Cresce abandono

POR CAUSA DO CORONAVÍRUS

Em tempos de pandemia, mais donos de pets estão se desfazendo dos seus outrora melhores amigos e dobrando o risco de doenças na população animal e humana

Já se passou um semestre desde o início da pandemia de coronavírus e muita gente ainda acredita na possibilidade ou tem medo sem fundamentação de que cães e gatos transmitam o vírus. Além de corte de gastos e de pura negligência de donos irresponsáveis, esse é o motivo mais forte para um quadro de abandono dos outrora melhores amigos do homem.

Essa situação é confirmada por organizações não governamentais, pelo Conselho Federal de Medicina Veterinária e até mesmo pela SaferNet Brasil, que monitora conteúdos que violam direitos na internet.

"Eu vivo em Uberaba, no Triângulo Mineiro. No meu bairro, há praças, um bosque e, nas adjacências, existem também matas de reserva de APP (Áreas de Preservação Permanente).

Em nosso caminho, é fácil dar de cara com animais que aparentemente foram abandonados. Normalmente, cachorros que até vêm ao nosso encontro ou gatinhos bem novinhos. Aqui tem dois abrigos de protetores. São duas chácaras que ficam no mesmo bairro. Como eles não têm mais espaço, os cachorros são jogados nas ruas. Famílias inteiras amanehem por lá e nos resta colocar água, ração e postar fotos em redes sociais para alguém ir recolher. É de cortar o coração!", conta nossa editora Márcia Benevenuto.

Buscando informar e amenizar o receio das pessoas com relação à transmissão da Covid-19 por cães e gatos, replicamos no Falando de Bichos um artigo técnico da médica-veterinária Juliana Trigo, produzido e exibido no programa Amigo Pet da

Ourofino Pet, com apresentação da jornalista Juliana Matthes.

Mais Orientações

O abandono acarreta prejuízos para a saúde pública e eleva os riscos de focos de outras doenças, já que sem cuidados preventivos ou profiláticos essa população pode desenvolver diversas zoonoses, como Raiva, Leishmaniose, Esporotricose, Vermínoses, Cinomose, Parvovirose, além de ficar vulnerável a infestações por parasitas, como pulgas e carrapatos, que provocam doenças severas e letais como a Eriquiose. E ainda pode aumentar a população de rua, já que muitos não são castrados e se reproduzem livremente. Por fim, com um número maior de animais nas ruas, os humanos estão suscetíveis a acidentes automobilísticos e a ataques aos seus pets e a pessoas de suas famílias.

Diferenças entre os coronavírus



COVID-19 X CORONAVÍRUS CANINO E FELINO

Por Juliana Trigo, médica-veterinária, Ourofino Pet

A humanidade está vivendo momentos difíceis por conta da pandemia de Covid-19 provocada pelo vírus SARS-CoV-2, conhecido como coronavírus. Cães e gatos também são acometidos por um tipo de coronavírus e, por isso, alguns tutores estão receosos, com dúvidas se podem adquirir o SARS-CoV-2 dos pets. Está comprovado que o coronavírus dos pets não infecta os seres humanos, ou seja, a coronavirose dos cães e gatos não é considerada uma zoonose.

O coronavírus apresenta uma diversidade muito grande de hospedeiros: bovinos, cães, gatos, cavalos, suínos, morcegos e até camundongos, incluindo os seres humanos. Porém, devemos destacar que existem diferenças consideráveis entre eles e são específicos para cada espécie de hospedeiro. É por isso que o coronavírus do cão e gato não infecta humanos.

O coronavírus mais importante dos cães é o entérico, capaz de provocar uma enterite leve. O quadro pode se agravar se o cão também estiver infectado com o parvovírus, provocando uma severa gastroenterite. Segundo especialistas, existem mais duas espécies mutantes deste co-

ronavírus entérico, que não são comuns: um que acomete pulmões, rins, intestinos e é de alta letalidade; e outro relacionado a uma doença respiratória denominada tosse dos canis.

No caso dos gatos, existe um coronavírus entérico restrito aos intestinos, causador de diarreia, mais comum em filhotes, principalmente quando vivem em grupo com outros gatos. Outro coronavírus que acomete os felinos é o causador de uma doença denominada PIF (Peritonite Infecciosa Felina) que provoca febre, vômito, perda de apetite, diarreia, convulsões, podendo levar o animal facilmente ao óbito.

Mesmo com todas essas informações, como o SARS-CoV-2, causador da Covid-19 é um vírus pouco conhecido, segundo a World Small Animal Veterinary Association (Global Veterinary Community) e a OMS (Organização Mundial da Saúde), indica-se que as pessoas positivas para a Covid-19 não tenham contato muito próximo com seus pets. Isso porque alguns vírus podem sofrer mutações e se adaptar a diferentes espécies com o passar do tempo.



Pet do Criador

É O QUERIDINHO DA GIGANTE DE PORANGATU

Das prateleiras das revendas brotam novos empreendimentos para acompanhar o crescimento do setor. A evolução pet estimula investimentos de variados calibres.

No coração do Brasil, no norão de Goiás, está um dos mais pujantes complexos comerciais do mundo agropecuário. O Grupo Criador conta com lojas para a revenda de produtos agropecuários, laboratório de exames clínicos, empresas de prestação de serviços técnico e uma indústria de nutrição animal. O negócio, que fatura bilhões ao ano e tem mais de 200 colaboradores, é 100% forjado na alma e nos valores dos sócios Paulo Van Der Laan e Jurgen Markus Muller. Conversamos com um dos CEOs para saber mais sobre a atenção do Grupo Criador ao setor de animais de companhia e como nasceu o Pet do Criador para alimentar o espírito empreendedor dos parceiros. Ao lado de Markus, Paulo Ricardo Van Der Laan construiu de próprio punho a primeira prateleira da Casa do Criador. "Eram nove repartições e, em cada uma delas, projetamos uma meta como se fosse um degrau e na última estava o sonho ideal. Acho que nesses 35 anos conseguimos dividir esse sonho com nossa

equipe e multiplicá-lo com a criação de negócios motivadores como a loja pet", conta o empresário.

Falando de Bichos: Como é a estrutura administrativa do grupo?

Paulo Ricardo Van Der Laan: Eu e meu sócio dividimos a gestão dos negócios igualmente, como é a sociedade, em 50%. Nossos negócios são muito voltados ao Agro, com 70% das empresas ligadas diretamente aos segmentos produtivos do campo, com um trabalho bem forte e destacado na pecuária de corte e leiteira, desenvolvendo e promovendo avanços com tecnologias de gestão, soluções produtos focados em desempenho e produtividade. 





3362-5767

Pet do
Clínica Veterinária

Criador

Laboratório

Clinica do Criador





FB: O que motivou o desmembramento do Departamento Pet para gerar o novo negócio?

PV: O setor pet está no nosso radar há uns bons vinte anos. Sempre pensamos que esse seria um ótimo negócio a ser desenvolvido. Começamos muito pequenos e, hoje, essa categoria representa uma parcela significativa dos negócios pela amplitude. No pet, a gente trabalha pet care com banho e tosa, pet food com o que há de melhor em nutrição dos animais de companhia, produtos fármaco veterinários, inclusive com atendimento veterinário e laboratório de diagnósticos. Resumindo, o que acontece é que a gente vislumbrou, duas décadas atrás, que essa seria uma área promissora e que viria para ficar. Cada vez mais os animais fazem parte das famílias e isso não tem volta. É um mercado que não vai parar de crescer em volume e no nível de exigências dos consumidores. As pessoas tratam os pets como

integrantes da família e querem para eles o que há de melhor.

FB: O que o senhor destaca da estrutura do Pet do Criador?

PV: O que diferencia a empresa é a mão de obra e a gestão dos processos. Necessariamente a equipe passa por uma qualificação específica. Não existe um processo que não seja cuidado por um colaborador capacitado. Na loja pet, muitas vezes lidamos diretamente com vidas e isso exige extrema atenção e responsabilidade. Nosso conceito de gestão de pessoas no setor pet é um grande diferencial. Com isso, estamos conseguindo enfrentar e vencer todos os desafios que aparecem e ainda criar possibilidades para crescer nesse mercado tão promissor.

FB: Pode informar sobre produtos oferecidos e serviços?

PV: Trabalhamos diferenciadamente quatro segmentos. Nas linhas pet care, pet food, pet serv e fármacos veterinários temos todos os melhores produtos de todas as grandes marcas que são autorizadas e comercializadas no Brasil. As linhas são completas e nossos fornecedores estão sempre à frente das demandas para nos trazer lançamentos, reformulações e soluções que dão suporte para a qualidade do nosso atendimento e sustentam nossa competitividade. Os serviços alinhados também merecem destaque. O atendimento veterinário com clínica e cirurgia agrega muito. O nosso cliente sabe que tem tudo que precisa para o animal de estimação no mesmo lugar e isso dá segurança e confiança para as pessoas. Hoje, nós podemos apre-

sentar a clínica do Pet do Criador como uma referência em nível do Centro-Norte Goiano. E a gente sempre comenta que os bichos recebem atenção e assistência melhor do que a dos humanos (risos).

FB: Como é carteira de clientes do Pet do Criador?

PV: É realmente bastante diferenciada. Uma carteira de clientes exigentes que cobram competência profissional. E não são só clientes urbanos, mas também gente do campo, clientes que já conhecemos das fazendas, que também têm os seus animais de estimação e estão tratando deles com razão, com medicação adequada, e fazendo protocolo sanitário de vacinas e vermifugos. É uma evolução que percebemos, pois a maioria tem demonstrado mais atenção e cuidados com a população pet da zona rural.

FB: Qual seria o perfil do consumidor do Pet do Criador?

PV: Perfil de clientes atualizados que buscam e se preocupam com o bem-estar dos seus animais. São pessoas que amam os pets e estão comprometidas em tratar com dignidade e manter a qualidade de vida de cães, gatos, aves, peixes e animais exóticos.

FB: O que o senhor vislumbra para o futuro do Pet do Criador?

PV: Não queremos parar de crescer e a meta é essa! A gente comenta que a aventura está só começando em todos os segmentos, e com o pet não é diferente. Envergamos muito potencial nessa categoria e queremos ser mais que a referência do Norte-Centro goiano. Estamos sempre buscando novidades, equipamentos, produtos desenvolvidos com base em pesquisas atualizadas e soluções antenadas na era digital para que o cliente, com toda comodidade, possa ser atendido também de forma remota.

FB: O que dá mais satisfação nesse trabalho?

PV: Eu gosto de ouvir relatos e observar detalhes. Garanto que é uma sensação de satisfação grande quando a gente do negócio pet vê um animal que gosta de entrar no taxi dog e não teme uma caixa de transporte ou maca, mesmo percebendo que será medicado ou tratado. Os clientes chegam com um sorriso para falar que os animais querem vir para cá. E esse é um sinal de que estamos no caminho certo. Junto vem a satisfação dos nossos funcionários. Nossos colaboradores são motivados, não têm hora para chegar e não têm hora para sair. São dedicados, esforçados e interessados. Isso é muito importante para a gestão do Pet.

FB: Quais são os conceitos pregados aos colaboradores para a qualidade do atendimento no Pet do Criador?

PV: Eu gosto de destacar três conceitos especialmente. O primeiro é o da confiança desse profissional na nossa empresa. Ele tem que saber que estamos juntos. O segundo é a expectativa do compromisso que o colaborador tem no trabalho em dar o seu melhor. Não queremos menos que o melhor de cada profissional, pois é isso que o cliente também quer. O terceiro é o conceito do funcionário sentir e agir como dono do negócio. Quando isso acontece, é sucesso garantido.

FB: O Pet do Criador tem engajamento com as causas dos animais?

PV: No Pet isso é imprescindível, mas toda o Grupo Criador desenvolve ações sociais e ambientais. Nós temos associação com propostas de ONGs voltadas aos animais e uma delas trabalha com equinos. A gente também oferece suporte aos animais que precisam de exames. Independentemente da condição financeira do dono, um animal tem que ser socorrido. Isso é forte no nosso pro-

jeto porque não trabalhamos só atrás do ganho financeiro. Para trabalhar com os clientes que têm menos potencial financeiro, a gente usa um percentual destinado ao atendimento dos animais de pessoas carentes que desejam ter um pet e o financeiro acaba vindo.

FB: Para finalizar, deixe uma mensagem para os leitores da AgroRevenda.

PV: As pessoas que acreditaram em ter seu animal e que querem tratar bem deles devem procurar suporte

e atendimento de estabelecimentos sérios e comprometidos, como o Pet do Criador. O seu animal de estimação precisa e merece atenção e qualidade com produtos e serviços adequados e justos. Os animais são integrantes das nossas famílias e precisam ser tratados com dignidade. Agradeço a confiança na equipe do nosso Pet e desejo que essa relação se estenda ao maior número possível de pessoas que cuidam e amam os bichos de estimação! 🐾

“
NÃO TEM VOLTA.
É UM MERCADO QUE NÃO VAI PARAR
DE CRESCER EM VOLUME E NO NÍVEL
DE EXIGÊNCIAS DOS CONSUMIDORES.
AS PESSOAS TRATAM OS PETS COMO
INTEGRANTE DA FAMÍLIA E QUEREM
PARA ELES O QUE HÁ DE MELHOR.
”



Paulo Ricardo Van Der Laan, sócio-proprietário da Pet do Criador.

Tudo no LUGAR CERTO

Depois de receber seu filhote, é muito importante “educá-lo” com treinamento. Conheça dicas e técnicas que podem ajudar bastante nessa fase.

Cláudio Fudimoto

Muitos animais de estimação vivem dentro de casa por opção ou falta de espaços externos. Os pets que ficam confinados, como aves, répteis e peixes, têm sua própria casa e a higienização periódica resolve toda a questão. Os felinos, em sua maioria, têm um comportamento natural de ocultar excrementos que os fazem procurar as caixas de areia desde os primeiros momentos. Com os cães, a adaptação é diferente. Os donos precisam de atenção, paciência e perseverança para treinar o filhote desde o primeiro dia. Para que a relação seja respeitosa, prazerosa e duradoura, nada de marcar território. O ideal é que

as sujeiras sejam deixadas no lugar certo pelo amiguinho. Leia essas dicas do nosso especialista Cláudio Fudimoto e ajude o cachorrinho a fazer bonito.

Depois de escolher o filhote, como ensiná-lo a fazer suas necessidades no mesmo lugar?

Sempre motivo de alegria para a criançada, a vinda de um filhote de cachorro para a nossa casa significa muita festa, diversão e união dos membros da família em torno de um “serzinho” peludo. Já tem até nome o novo membro da família. Mal desce do carro e o filhote vai logo correndo para conhecer

seu novo lar, que lindo! Basta correr alguns passos e o danadinho se abaixa e... Pronto! Iniciou-se um problema que poucos antecipam. E agora, como fazer com esse “excrementador” biologicamente desenvolvido para deixar sinalizado por onde ele passa?

Calma, nem tudo está perdido. Há algumas regrinhas básicas que podem ajudar o tutor de primeira viagem a lidar com isso.

Primeiro, temos que entender que o focinho está para o cão assim como os olhos estão para os humanos. A referência maior, para eles, é o odor





Cláudio Fudimoto, zootecnista, lida com cães desde a infância.

característico de sua urina e fezes. Sendo assim, tente levar, já de onde o filhote foi adquirido, uma mostra de suas excretas. Isso pode ser conseguido passando uma folha de papel toalha ou jornal no local onde fizeram suas necessidades. Ao chegar em casa, corra depositar o papel sujo sobre um tapete higiênico ou jornal, no local onde será seu novo sanitário. Não demore a apresentar esse local ao filhote. Tome cuidado para não escolher um local muito afastado.

Passa a observar o comportamento do filhote e, ao perceber que ele está fazendo demais, andando em círculos

e se agachando, leve rapidamente o filhote até o sanitário dele. Espere e insista. Assim que ele fizer no local certo, faça muita festa e deixe claro que você ficou feliz com o comportamento dele.

Caso não dê tempo de levá-lo ao sanitário, retire o cachorrinho do local e limpe bem o chão. Procure eliminar ao máximo os resíduos de urina e fezes, pois, por terem um olfato muitíssimo desenvolvido, eles são capazes de identificar qualquer rastro de odor no ambiente.

Tenha paciência, pois isso é um processo de aprendizagem e nem sempre

eles conseguem entender o que queremos de forma rápida.

Não bata ou brigue com seu novo amiguinho, pois isso pode desenvolver nele o medo por você ou a coprofagia (comportamento em que o cachorro come as próprias fezes), a fim de esconder para evitar conflitos.

Cláudio Fudimoto é cinofilista, adestrador e especialista em comportamento animal, com formação em Zootecnia pelo Instituto Federal do Triângulo Mineiro (IFTM). O especialista está nas redes sociais @claudiofudimotozoo





Tomaki,
fora das
pistas, vive livre
na fazenda.

Determinação

EM QUATRO PATAS

O Canil Sulfox Santa Isabel é um dos berços da raça Terrier Brasileiro e uma reserva genética desse adorável cão.

O Fox Paulistinha foi a primeira raça brasileira a ser reconhecida pela FCI (Federação Cinológica Internacional). Em maio de 2007, o cão foi classificado como "Grupo 3-Terriers", de cachorros que têm como funções iniciais a caça de animais pequenos, guarda e companhia, e passou a ser chamado oficialmente de Terrier Brasileiro.

De acordo com as informações da CBKC (Confederação Brasileira de Cinofilia), a raça teria surgido pelo costume dos abastados fazendeiros do Brasil de mandar os jovens estudarem

na Europa. Os membros da nossa elite formavam laços com famílias estrangeiras e, no pacote social das relações internacionais, aconteceu o intercâmbio de mascotes que eram trazidos para as propriedades das famílias. Conta a história que os Terriers europeus iniciaram as linhagens com cães comuns das fazendas e, naturalmente, foram preservados os mais rústicos e adaptados. Desde a época áurea dos Barões do Café, o nosso Fox Paulistinha ou Terrier Brasileiro se tornou um grande trabalhador rural que ajuda a controlar a invasão de roedores, atua como "alerta" para os guardiões na chegada de qualquer pessoa e dispensa luxos para ser feliz e alegrar os donos.

O Canil Sulfox Santa Isabel, do Rio de Janeiro, tem uma das linhagens que contribuiu para a oficialização da raça e é líder do ranking com inúmeras premiações. O plantel, que é de família, hoje é administrado e cuidado pelo engenheiro civil Sêrvulo Roberto Pa-

checo. O criador tem uma história ligada a fazendas e convive com os cães desde criança. O canil é um dos mais criteriosos na seleção e preservação da genética do Terrier Brasileiro.

"O fox é muito útil nas fazendas e um animal de companhia excepcional para o convívio como pet, tanto para adultos quanto para crianças, por ser ativo, dócil e amoroso", diz Sêrvulo.

Ele destaca várias outras características interessantes da raça. "A facilidade no manejo é imbatível. O pelo curto dispensa as idas e vindas aos petshops, eles mesmos se limpam feito gatos e, praticamente, não têm cheiro. Por serem selecionados há décadas nas condições de campo e pertencerem a um grupo de raça sintética, também são muito saudáveis e vigorosos" explica o criador.

No plantel do Sulfox Santa Isabel são mantidos 8 padreadores e 50 fêmeas.

**Sérvulo Pacheco, o pai
do Terrier de Sulfox
Santa Isabel.**




Os animais que mais agradam o criador e aqueles que são pontuados nos concursos oficiais da raça entram para reprodução. "Procuro fixar o fenótipo que me agrada, mas sem perder o foco no temperamento, que é o que faz a pessoa se encantar com um Terrier Brasileiro. Buscamos reproduzir cães medianos, quadrados, profundos, com ossatura forte, cabeças e expressões bem características, enfim, equilibrados e com uma genética consistente. No fenótipo macho, tem que ter cara de macho, e as fêmeas mais delicadas precisam mostrar que são produtivas e leiteiras, com grande habilidade materna para ajudar o filhote a expressar toda a genética que ele carrega por estar bem alimentado na primeira fase da vida. Os cruzamentos são feitos de três formas: line breeding, inbreeding e outcross. Todos os reprodutores e matrizes são filhos, netos e pais de grandes campeões da raça", destaca o selecionador.

O plantel consegue oferecer aos apaixonados por esses pets uma média de 200 filhotes ao ano e a segurança é o mais importante no pós-venda para os donos que querem um animal de estimação e canis de seleção. "O filhote sai do canil com um manual de criação. Fazemos o acompanhamento desde a chegada à nova casa, orientando manejo sanitário e alimentar. A entrega é realizada com garantia de saúde para doenças viróticas e hereditárias em contrato. Já os cães destinados a outros criadores, onde serão reprodutores e matrizes, são acompanhados até a dentição definitiva, que se dá até os seis meses de idade, e avaliamos a condição dos testículos para que o aparelho reprodutivo do macho esteja perfeito para a reprodução. Se o filhote apresentar algum problema de mordedu-

ra ou no aparelho reprodutivo fora dos padrões da raça, o cliente receberá outro animal para substituí-lo", reforça Sérvulo.

O bem-estar animal também é prioridade na criação. Na fazenda, o ambiente que abriga o canil é o melhor que um cão pode ter. O lugar agradável, arejado, ensolarado, cheio de verde, com lago e paisagismo, é "enfeitado" pelas ninhadas. As instalações têm segurança e climatização. Nas baias, piquetes e áreas de convívio rola muita brincadeira. Como são cães de alto valor genético, a soltura precisa de segurança. A equipe monitora todos, mas os cães podem expressar seu comportamento natural com bastante liberdade.

"Tem uma escola para eles ficarem junto com a te, na sede da Eu acredito grupo tem

de de vida e que os filhotes que saem daqui também melhoram a qualidade de vida das famílias que os recebe", finaliza o criador. 

ENTENDA OS CRUZAMENTOS

Inbreeding: nele se realiza uma consanguinidade mais intensa. O acasalamento de animais com alto grau de parentesco (pais e filhos, irmãos ou meio-irmãos). Tio com a sobrinha, tia com o sobrinho e primos-irmãos são considerados por alguns inbreeding e, por outros, line breeding.

Line breeding: cruzamento em linha. Consanguinidade leve. É um termo usado pelos criadores para definir uma forma mais difusa e é feito pela cruz de animais com baixo grau de parentesco, como tios e sobrinhos e avós e netos. É o meio-termo ideal entre o inbreeding e o outcross, podendo ser usado por diversas gerações sucessivas sem causar a perda do vigor genético, embora seja mais demorado para a fixação de características.

Heterozigossidade ou outcross: envolve animais sem consanguinidade próxima, ainda que os pais pertençam à mesma linha, o que torna a fixação de características muito mais difícil, devido à constante introdução de diferente material genético. A grande vantagem deste programa é a manutenção da variabilidade genética, que mantém o vigor do híbrido, o que torna as anomalias congênitas um perigo remoto.

Cirurgião-Pateta

É UM PEIXE?

Todo mundo sabe que o Nemo é um peixe-palhaço, cuja espécie é *Amphiprion ocellaris*. E a Dory, que tipo de peixe ela é? A personagem é da espécie *Paracanthurus hepatus*,

um animal nativo do Oceano Pacífico e que também é conhecido pelo curioso nome popular de cirurgião-pateta.

Uma curiosidade sobre os peixes como a Dory é que eles nem sempre são azuis, como ela é exibida nas animações. À noite, por exemplo,

quando não há luz para refletir a sua pigmentação, esses animais podem parecer esbranquiçados com tons de violeta e, quando são jovens, eles costumam ser amarelos.

Quando adulto, esse nosso selvagem favorito pode chegar até os 30 centímetros de comprimento e apresentar comportamento agressivo, especialmente contra outros peixes da mesma espécie. Uma característica interessante é que ele possui um ou mais pares de lâminas afiadas na base das barbatanas das caudas que são usadas em situações de defesa ou ataque. Então, esses peixes não são tão simpáticos como a Dory, mas são lindos. O cirurgião-pateta é muito desejado pelos aquaristas, mas é importante saber que eles não são criados em cativeiro e todos os exemplares vendidos vêm de captura no mar. 🐟

Fonte: Megacurioso



Procurando Dory

A ANIMAÇÃO MAIS SÉRIA DOS ÚLTIMOS TEMPOS

O filme de 2016 foi lançado quase uma década depois de procurando Nemo. O público teve uma nova oportunidade de ver e se encantar com os personagens desse sucesso da Pixar na sequência da longa que marcou época. Na continuação, o espectador tem a sensação de estar matando a saudade de figuras queridas, como a peixinha Dory, que passa a ser a grande protagonista da história. Uma característica que afeta a memória de Dory emprega nessa obra questionamentos sobre o entendimento de pessoas que não têm um comportamento convencional, sendo classificadas como diferentes, e da sua inclusão social. O pano de fundo do filme traz outros personagens com algum tipo de disfunção cognitiva, como o polvo Hank que, após ser mutilado, desenvolve uma espécie de estresse pós-traumático, e o beluga Bailey, que tem sérios problemas de autoestima. Além de uma aula sobre preconceito para crianças e adultos, no fim das contas, o filme é muito bom e traz piadinhas inteligentes. Na versão dublada, existem algumas sacadas pensadas exclusivamente para o público brasileiro e frases de impacto acompanhadas de uma trilha delicadíssima que pode até fazer chorar. De quebra, a animação é um passeio pelo mundo marinho e suas espécies de peixes e animais subaquá-



ticos. Se tudo isso não basta, vale a experiência de assistir com a família, para aproveitar ainda mais os momentos de proximidade com as crianças em tempo de afastamento social pela pandemia. Garantimos que você vai ficar cantando por dias "continue a nadar, continue a nadar, continue a nadar, nadar, nadar..."

Manejo sanitário DE CÃES E GATOS

Dentro das responsabilidades dos donos de pets, os fatores sanitários de vermifugação, vacinação e controle de ectoparasitas são primordiais, visto que as doenças, além de prejudicar a saúde, podem até causar a morte do animal de estimação.

Nessa edição, a nossa consultora Leonice Pomponio, proprietária do Spa e Resort Animal Happy Tail, que fica no município de Porangaba/SP, dá dicas sobre os protocolos de vermifugação. Vale destacar que a indústria de fármacos veterinários tem uma extensa gama de produtos com variados princípios ativos para esse fim, em apresentações em gotas, bisnagas dosadoras, injetáveis, comprimidos convencionais e palatáveis, que facilitam ao dono administrar o produto.

“A maior responsabilidade do dono por seu cão é amá-lo e isso quer dizer cuidar do seu bem-estar. Portanto, deve-se cumprir rigorosamente todos

os tratamentos e cuidados nas datas definidas. As fases anuais contemplam a vacinação contra raiva e V8 ou V10, enquanto as mensais envolvem a proteção contra carrapatos e pulgas e a proteção contra vermes. E as fases semanais ou diárias dizem respeito ao trato, à higiene do ambiente, escovação de pelos e dentes, bem como aos exercícios em forma de passeios e brincadeiras. Os donos precisam observar o comportamento e prestar atenção aos sinais: rabo abaixado, cabeça abaixada, falta de apetite, nariz seco, aparente prostração e tristeza indicam algum problema clínico e, nesse caso, ele deve ser levado ao veterinário o quanto antes”, alerta a consultora.

Os helmintos ou vermes podem habitar vários sistemas no organismo de cães e gatos, principalmente o trato gastrointestinal, causando comprometimento na digestão e absorção dos alimentos; consequentemente, menor aproveitamento dos nutrientes, falta de apetite, perda de peso, fraqueza, pelagem sem brilho e eriçada, aumento de volume e dor abdominal, vômitos e diarreia (obstrução), anemia e morte.

Existem várias sugestões de protocolos de vermifugação seguindo cada fase de vida do animal. E algumas bases medicamentosas são mais indicadas em determinadas fases do que em outras. Os médicos-veterinários e téc- ¹³ ¹³

A consultora Leonice Pomponio, proprietária do Spa e Resort Animal Happy Tail, com o seu cliente Totó.



nicos das revendas devem estar atentos para aconselhar e conscientizar os clientes sobre esse manejo, já que eles nem sempre têm informação suficiente sobre a importância de cumprir um calendário de vermifugação adequado.

"No Happy Tail, temos vários hóspedes fixos e todo o manejo é feito regularmente. Também ajudamos a cuidar dos cães e gatos das pessoas que buscam nosso serviço temporário, para que todo esse coletivo de pets esteja protegido. Vale lembrar que é necessário refazer todo o protocolo do seu animal de casa se houver a adoção de mais um membro para a família e cumprir direitinho as datas para que os produtos tenham eficácia. Os ovos dos vermes têm um ciclo específico e o reforço vai eliminar os que eclodirem na sequência das primeiras doses", explica Leonice.

Dicas: para filhotes de cães, a recomendação é administrar a primeira dose de vermifugo aos 15 dias de vida, considerando que alguns parasitas intestinais são transferidos da mãe para o filhote via transplacentária (por exemplo, *Toxocara canis*) e transmamária; para gatos, a primeira administração é recomendada aos 30 dias de vida, já que a via de transmissão é somente a transmamária. Após a primeira administração, a recomendação é realizar a vermifugação uma vez ao mês até os seis meses de vida. Para animais adultos, recomenda-se que a vermifugação seja realizada de quatro em quatro meses, quando o animal não tem acesso ao ambiente externo ou a animais diferentes de seu convívio; e de três em três meses, quando o animal circula em locais como ruas, praças e parques públicos. Em alguns casos, é recomendada a administração de vermifugos após 15 dias da primeira dose.





Prateleira
de cima do
agronegócio.



Confira
os detalhes



Assista,
curta e
compartilhe
 /falacarlaio

O casamento inevitável entre Brasil e China

Atacar os chineses pode prejudicar o Agro, um setor central para sairmos da recessão

“Para cruzar um rio, é preciso sentir cada pedra”. A frase é de Deng Xiaoping. Em apenas quatro décadas, a China deslançou, enquanto o Brasil manteve um crescimento pífio. O Brasil tornou-se globalmente competitivo em agricultura e alimentos, em boa parte, graças à demanda chinesa. Se o Brasil não sabe bem o que quer da China, o setor privado do agronegócio entende perfeitamente que o seu futuro está umbilicalmente ligado ao gigante asiático. Essa relação tem grande importância em um momento em que figuras importantes do Executivo e do Legislativo brasileiro, em vez de se esforçarem para reduzir os efeitos econômicos e viróticos da pandemia, optam por criar um pandemônio desnecessário com a China. Ao atacarem a China com falácias e teorias conspiratórias, essas pessoas podem estar alvejando um dos setores mais centrais para que o País saia da recessão que se avizinha. Brasil e China estão entre os quatro maiores produtores e exportadores mundiais de produtos agropecuários e alimentos. China e Hong Kong ocupam, juntos, a primeira posição no ranking das importações mundiais do agronegócio. São, também, o destino principal das nossas exportações neste setor (US\$ 34 bilhões ao ano, ou 33% do total exportado), com um volume de exportações quatro vezes superior ao dirigido para os Estados Unidos.

O Brasil é o principal fornecedor de produtos agroalimentares para a China, respondendo por quase 20% das importações daquele país. A China responderá por um quarto do aumento

do consumo de proteínas animais do mundo até 2030. Por isso, não é para menos que a China tenha se tomado uma das principais fontes de investimento estrangeiro no agronegócio brasileiro. A recente guerra comercial levou a China a elevar as suas tarifas de importação sobre produtos americanos. Em 2018/2019, houve, ainda, a eclosão de uma terrível epidemia de Peste Suína Africana, que dizimou quase metade do rebanho suíno chinês. Tais fatores fizeram com que as exportações brasileiras de algodão e carnes avícolas e bovinas disparassem, tornando o Brasil o principal supridor da China nesses produtos, além de liderar as exportações de soja em grãos.

O fato é que uma parcela significativa da oferta brasileira de produtos agropecuários e alimentos está “casada” com a demanda chinesa, sendo que não há cônjuge alternativo no mercado. Trata-se de um “casamento inevitável”, queiramos ou não, e ainda mais em tempos de novo Coronavírus, que desestabilizou o abastecimento doméstico chinês. Para ficar bem claro aos sinofóbicos: os Estados Unidos não são alternativa de casamento para o agro brasileiro, mas sim um “noivo” concorrente e poderoso, turbinado por subsídios na veia de quase US\$ 50 bilhões, se somamos os dois pacotes de apoio que os agricultores americanos receberam para compensar a guerra comercial e a crise da Covid-19.

É interessante notar que o Brasil e a China reformaram profundamente os seus

setores de agricultura e alimentos a partir dos anos 1970. Deng Xiaoping liderou o maior movimento de migração da história, no qual cerca de 300 milhões de chineses deixaram o campo para atender à imensa demanda de mão de obra da sua indústria manufatureira, que se integrava às cadeias globais de valor. Esse movimento do governo chinês permitiu a modernização de parte da agricultura chinesa, com destaque para os setores de frutas, legumes e verduras e, mais recentemente, a explosão da chamada Agricultura 5.0, com drones, estufas, tecnologias digitais etc. Ao mesmo tempo, a China identifica a impossibilidade de atingir a autossuficiência em alguns setores e abre, de forma pontual e pragmática, o mercado doméstico para importações de grãos de soja, celulose, algodão e carnes.

Em paralelo, os anos 1970 no Brasil marcaram o início do movimento de “tropicalização da agricultura” em direção aos cerrados do Centro-Oeste. Do lado da tecnologia, vieram novas variedades, correção de solos, plantio direto, duas safras no mesmo ano agrícola e o incrível fenômeno da integração lavoura-pecuária. Do lado das pessoas, uma nova geração de agricultores jovens, dinâmicos, motivados e tomadores de risco migra para as novas fronteiras com ganhos de gestão, escala e sustentabilidade. Esses dois movimentos sacramentaram o casamento entre o Brasil e a China no agronegócio, que prosperou a despeito das falhas de infraestrutura do primeiro e das dificuldades de acesso aos mercados do segundo. Trata-se de um movimento que se origina da demanda exponencial chinesa por alimentos e da alta

produtividade alcançada pela tecnologia agrícola tropical. Definitivamente, ele não nasce da "visão estratégica" dos governos e da sua capacidade de planejamento.

Neste momento, um novo desafio se apresenta para os dois países: o risco das zoonoses e seus impactos na qualidade e sanidade dos alimentos. Nos últimos 30 anos, nós nos acostumamos a qualificar o aquecimento global, a desigualdade e o desemprego como os maiores problemas da humanidade. Não nos demos conta de que um inimigo invisível, que esteve sempre à espreita, ganhou enorme musculatura com a globalização: as pandemias originadas de zoonoses. A Covid-19 não foi a primeira e, tampouco, será a última epidemia que vem de animais domésticos e silvestres. Antes dela, tivemos Aids, Ebola, Sars, Mers, Gripe Aviária e Gripe Suína. Nenhuma, porém, com capacidade de frear bruscamente a economia mundial.

Se a mudança do clima prometia matar paulatinamente o ser humano pela sua inação em relação ao planeta, a Covid-19 chega, sem aviso, para matar pessoas em hospitais despreparados para lidar com pandemias e na depressão causada pela parada da economia. Estou convencido de que a segurança do alimento pode ser um dos principais itens da cooperação Brasil-China, países que sempre estiveram entre os líderes da produção, do consumo e do comércio de proteínas de origem animal e vegetal no mundo.

Comércio e investimentos dominam a pauta Brasil-China. Contudo, outros temas vêm ganhando importância na agenda bilateral do agronegócio, como, por exemplo, inovação, infraestrutura e sustentabilidade. A Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq-USP) e a China Agricultural University (CAU),

classificadas entre as cinco melhores escolas de agricultura do mundo, lançarão o livro "China-Brazil partnership in agriculture and food security", uma obra que reúne artigos de duas dezenas de especialistas chineses e brasileiros sobre os temas apontados neste artigo.

Para finalizar, precisamos reconhecer que, no casamento Brasil-China, os noivos sempre serão muito diferentes. A China tem uma homogeneidade socioeconômica e cultural milenar, construída em torno da ética do confucionismo, que gerou um governo único e estável. O Brasil tem uma imensa diversidade étnica e cultural e órgãos de governo fragmentados e desorganizados, em que a insegurança jurídica torna até o passado incerto. A China tem uma visão estratégica de longo prazo sobre o seu futuro, tendo realizado investimentos coletivos em educação e infraestrutura. O Brasil não consegue olhar além das emergências de curto prazo, campo que, no entanto, demonstra uma combinação única de criatividade, improvisação e resiliência.

No campo comercial, a China promoveu as suas exportações injetando doses cavalares de competitividade e inovação na sua indústria. Já o Brasil optou por proteger a sua indústria e substituir importações, isolando-se das cadeias globais de valor, exceto no agronegócio. Finalizo afirmando que as relações Brasil-China no agronegócio sobreviveram,

apesar das visões preconcebidas e ideológicas dos sucessivos governos. Lula e Dilma privilegiaram a África e os países bolivarianos. Bolsonaro quer privilegiar o mundo rico ocidental e, principalmente, os Estados Unidos. Enquanto isso, seguimos ignorando que o mundo voltou a ser "asiacêntrico" e, particularmente, "sinocêntrico" do ponto de vista demográfico, econômico e de segurança alimentar. A relação Brasil-China no agronegócio não foi planejada ou construída. Mas se tornou um fato inexorável. E não adianta lutar contra os fatos. É melhor aceitá-los com objetividade e estratégia, como fazem os chineses, há milênios.

A frase de Deng Xiaoping que abre esse texto ilustra a essência do pragmatismo chinês. De nada serve alimentar ataques insanos a uma potência global que quer se aliar ao Brasil para garantir a sua segurança alimentar. De nada serve atacar pessoas que estão construindo as nossas pontes com o mundo, como a ministra da Agricultura, Tereza Cristina. A resposta para a pergunta "o que a agricultura brasileira quer da China?" é simples: queremos construir confiança e cooperação para atravessarmos juntos o rio turbulento da segurança alimentar, sem posições apriorísticas ou ideológicas. 

Marcos Jank

Professor Sênior e Coordenador do Insper Agro Global.



Cooperativa do Brasil é negócio de outro mundo!

Líderes de gigantes do setor apontam agregação de valor como inevitável e intercooperação o maior desafio



Falar de cooperativismo em nosso País é como trabalhar bastante e 'brincar de ser feliz'. Em quase noventa anos de atuação, o que conseguimos fazer beira o imponderável. São 1.613 cooperativas, que empregam 209 mil pessoas diretamente, faturam por ano R\$ 200 bilhões e possuem um milhão de cooperados. Elas são responsáveis por quase metade dos alimentos que circulam no Brasil. O debate "Cooperativismo agro e seus desafios" foi uma ação conjunta da MPrado Consultoria Empresarial, Plataforma AgroRevenda (Grupo Publique) e do site Notícias Agrícolas. Participaram Marcelo Prado, CEO da MPrado; Aquiles Dias, diretor de suprimentos e assistência técnica da Coamo; Dilvo Grolli, presidente da Coopavel; Fernando De-

gobbi, presidente da CooperCitrus; Jorge Karl, presidente da Agrária; José Cicero Aderaldo, vice-presidente executivo da Cocamar; e Nei Mânica, presidente da Cotrijal.

Executivos de seis cooperativas. Gigantes que faturam 32 bilhões de reais por ano, 16% de tudo o que o setor desempenha. Galera conectada ao Agro Brasil, uma potência que, em cinco meses de 2020, faturou US\$ 42 bilhões de dólares em exportações, 7,9% acima do mesmo período de 2019. Em plena pandemia da Covid-19. É mole?

Mas a turma é enjoada. Não quer só volume. Insiste, agora, em buscar mais valor agregado às commodities. Outro desafio instalado de vez é melhorar nossa imagem de cuidado com

o meio ambiente. A maioria do segmento trabalha direito, a lei brasileira é rigorosa como nenhuma outra, mas os concorrentes internacionais aproveitam qualquer irregularidade para 'bater um bumbo gigantesco'. E o terceiro maior agro do planeta ainda tem um longo caminho de profissionalização pela frente. O Brasil possui oitocentas mil propriedades preparadas e atuando tecnologicamente no segmento. Porém, outras 4,5 milhões necessitam de tecnificação. Na maioria, pequenos produtores, empreendedores rurais familiares. Grande alvo do cooperativismo brasileiro. Uma senha para o segmento avançar em direção a estados das Regiões Norte e Nordeste. Foi o que eles prometeram no debate. Então, acompanhe a conversa e 'Simbora' trabalhar, pessoal!

AGREGAÇÃO DE VALOR

AQUILES DIAS (COAMO)



Agregação em commodities pressupõe verticalização. Industrialização dos produtos recebidos dos agricultores cooperados. Trabalhamos com grãos, basicamente soja, milho e trigo. O carro-chefe é a soja. Temos três indústrias que esmagam oito mil toneladas por dia, transformadas em farelo, óleo, margarina e gorduras. De trigo, são mais de setecentas toneladas diárias. Não processamos ainda o milho, estamos estudando algumas opções. Mas existem outras questões, como a logística. Existe o aporte necessariamente governamental, como as estradas etc., mas temos transporte próprio que garante, por exemplo, levarmos quatro milhões de toneladas de grãos para embarque no Porto de Paranaguá. O que rende margens melhores aos cooperados.

DILVO GROLLI

Hoje, 48% do faturamento das cooperativas do Paraná vêm do valor agregado. E, na Coopavel, esse valor chega a um índice de 78%. Possuímos doze agroindústrias, onze em operação. Industrializamos milho, soja, trigo. São três fábricas de rações (suínos, bovinos e aves), processamento de frangos e suínos. Duas unidades de fertilizantes

(foliar e granulado), um laticínio e um frigorífico de bovinos. Mas concordo com o Aquiles: não podemos ficar dentro das quatro paredes da indústria para não afetar a rentabilidade. Necessitamos de logística. Hoje, transportamos 77% da produção com frota própria. E em outras áreas. Veja o caso das aves. Não podemos ficar na mão de terceiros para obtermos ovos, pintinhos etc. É necessário sinergia com o produtor na fase final, para garantir proteção econômica ao cooperado e à cooperativa.

FERNANDO DEGOBBI

Quero apontar apenas duas novas questões ao que já foi dito: agregação de valor e escala. Temos 38 mil cooperados, sendo 90% de escala pequena e média produção. A cooperativa só consegue competir tendo escala, padrão de qualidade, excelência em serviços, rastreabilidade, certificações, ser sustentável, preservar. Só assim para entregar resultados. E só uma cooperativa é capaz de fazer isso com pequenos produtores.

JORGE KARL

Agregar valor é importante. Temos indústrias de óleo e farelo de soja, fábrica de ração, moinho de trigo, malteria, indústria de milho. Ainda estamos aprendendo bastante nessa área, mas sempre tivemos o perfil agroindustrial. Ter serviço diferenciado é importante, como logística, qualidade, padronização de produtos. O consumidor do outro lado do mundo quer saber o que está comprando e de onde vem. Rastreabilidade e certificação são tão importantes como a sustentabilidade. Os players mundiais querem estar associados e ao lado de gente que atua desta maneira. E devemos ficar de olho na rentabilidade do cooperado e em maiores rendimentos para a cooperativa.

JOSÉ CÍCERO ADERALDO

Também temos várias indústrias. Fomos, inclusive, pioneiros nessa área. Penso que a maior agregação de valor está no campo, quando o produtor prepara o solo, joga a semente, nutre a planta e colhe o grão. Nosso setor produz uma riqueza de exportação de 100 bilhões de reais. É muita agregação. Sem falar que ainda lutamos lá fora contra o protecionismo de vários países. Acho que nossa vocação pode ser dupla, para commodity e produtos finalizados. Um grande exemplo são os Estados Unidos, que exportam eletrônica de alto nível e são um grande player de grãos.

NEI MANICA (COTRIJAL)



Sempre tivemos a industrialização como passo importante. Temos fábrica de ração para a produção de aves, suínos e bovinos. Mas nosso grande trabalho é em cima de soja, trigo, milho e cevada. Nosso plano estratégico contempla a expansão da produção. Hoje, são 650 mil hectares, volume para aumentarmos nosso poder de barganha. A primeira agregação de valor com que trabalhamos é o aumento de produtividade, com assistência técnica. Para isso, temos uma unidade grande de beneficiamento de sementes, levando valor ao produtor. Temos a melhor média de produtividade do estado. E acreditamos na força do conhecimen-

to e da comercialização que alcançamos com nossa feira anual (Expodireto Cotrijal). Ela também agrega valor ao nosso negócio. A segunda fase é a transformação em produtos acabados, fortalecendo a propriedade rural dos nossos cooperados. Logística também é fundamental. E já estamos pensando em uma bela safra para o ano que vem.

MARCELO PRADO

É importante que todos tenham a agregação na pauta das cooperativas. Sempre discutindo e pensando em como dar um passo à frente na cadeia, desenvolvendo produtos mais elaborados, sofisticados. Não podemos tirar o assunto do radar.

IMAGEM INTERNACIONAL DO AGRO BRASIL

JORGE KARL (AGRÁRIA)



É uma preocupação importante, anterior à pandemia, e pesa sobre a nossa imagem lá fora. O jornalismo nacional e internacional distorce bastante os fatos. Precisamos mostrar como fazemos, onde fazemos, quem faz, os insumos aplicados. Toda a trajetória da produção, do campo à exportação, chegando aos mercados internacionais. As cooperativas têm um papel importante, pois já possuem bons instrumentos de comunicação. Produzimos bem, so-

mos referência no mundo e os casos negativos são raros. Mas essa realidade não chega lá fora. Somos procurados por investidores estrangeiros e eles perguntam sobre a Amazônia, se as queimadas já chegaram ao Sul do Brasil. As certificações podem ajudar neste processo, bem como entidades mundiais de sustentabilidade a que podemos nos associar. Assim, mostraremos que produzimos com tecnologia, protegemos o ambiente e investimos na melhoria das condições sociais dos nossos colaboradores e da nossa comunidade.

JOSÉ CÍCERO ADERALDO

Produzimos carnes, leite, grãos. Fazemos integração de lavouras com pecuária e florestas. Temos competitividade, ganhamos de países com muito mais tradição no Agro, temos o Código Florestal, fazemos até três safras por ano e preservamos mais da metade das florestas do País. Estamos ao lado de todos contra criminosos e ilegais, sejam do Agro ou de qualquer outro setor. Fomos aceitos no 'Pacto Global de Sustentabilidade', da Organização das Nações Unidas (ONU), sem precisar fazer qualquer ajuste. Usamos intensivamente o solo e o preservamos ao mesmo tempo, preocupados com as futuras gerações. As cooperativas brasileiras têm o que mostrar.

MARCELO PRADO

Costumo comparar esses casos de ações criminosas contra a Amazônia com a vacina contra a Febre Aftosa. Não adianta milhões de fazendeiros fazerem o certo se um só pecuarista não vacinar o gado. Ele pode levar a doença e prejudicar todo o rebanho de um país inteiro. Nós, os agropecuaristas honestos, precisamos ser proativos, pressionar o Governo para mostrar efetivamente a realidade do campo brasileiro. E nos comunicar. Comunicação

360 graus. Reciclamos quase 100% das embalagens de químicos e não falamos à sociedade. Ninguém faz isto no mundo. É a realidade das fazendas. Reservas preservadas, águas, cultivo com manejo de pragas, respeito aos animais, às plantas, ao ambiente.

DILVO GROLLI (COOPAVEL)



Temos uma das leis mais severas de proteção ao meio ambiente e a imprensa não noticia isso. Precisamos de uma defesa não do Agronegócio, mas do Brasil.

FERNANDO DEGOBBI

Precisamos desafiar as lideranças de outros segmentos, que têm importância para a sociedade, a saberem melhor sobre o agronegócio.

NEI MANICA

É necessário criarmos um fundo para investirmos em publicidade institucional nas mídias, o tempo todo. Não podemos esperar nada da imprensa e da sociedade. A tarefa é nossa.

EXPANSÃO DO COOPERATIVISMO NO BRASIL

AQUILES DIAS

A Coamo completou 70 anos. Ela foi criada em 1970, em Campo Mourão, por 79 produtores rurais. E hoje são

29 mil cooperados. Estamos em três estados, quase 80 municípios. Nossa expansão neste tempo veio por intermédio da incorporação de outras dez cooperativas. Exceto em Mato Grosso do Sul, abrindo novos negócios, efetivamente. Não temos um plano de expansão geográfica, mas permanecemos de olho nas boas oportunidades de negócios. Nossa estratégia é cuidar bem de nosso quintal. São 4,5 milhões de hectares, temos áreas onde participamos com mais de 90%. Queremos investir mais onde estamos estabelecidos. Principalmente por causa das estruturas já instaladas, o que ajuda demais na rentabilidade e nas margens.

NEI MANICA

Completamos 62 anos e, hoje, atuamos em 32 municípios com 56 unidades, e crescemos em uma expansão linear para as nossas fronteiras geográficas. Incorporamos cinco cooperativas gaúchas. Também pretendemos cuidar primeiro do nosso patrimônio. Não podemos correr o risco de perder share de mercado onde nascemos. Outra meta central é permanecer sendo uma cooperativa, que apoia o produtor pequeno, familiar. Agora, é lógico que sempre estamos atentos às novas oportunidades. Porém, ainda temos muito para fazer no Rio Grande do Sul. O cooperativismo é forte, saudável e deve chegar às novas fronteiras do Agro Brasil, no Norte e Nordeste, onde existem produtores, áreas e demandas distintas da Região Sul.

COOPERATIVAS & MERCADO

FERNANDO DEGOBBI (COOPERCITRUS)

Temos que entregar valor. Carregamos os citros, mas não temos indústria de sucos. Plantamos cana-de-açúcar, mas

não temos usina. Possuímos fábricas de rações, área de café que cresce bastante, movimentando 1,5 milhão de sacas e com uma marca. Nossa filosofia é entregar valor na operação, oferecer serviços, fazer o produtor produzir mais. Construir valor para a cadeia é o nosso desafio. E o produtor é o primeiro que deve receber. Temos tecnologia, piloto automático nos equipamentos, otimização das áreas, 10% a mais de plantas em um hectare de café. Usando menos diesel por área produzida, aumentando a eficiência operacional. Não gostamos de subsídio. Queremos tomar o nosso cooperado mais competitivo com os serviços e suportes da cooperativa.

DILVO GROLLI

A ideia é procurar o equilíbrio e a saúde financeira da cooperativa. O prego não é a única alavanca na relação dela com o cooperado. Tem o crédito, a sustentabilidade, a sociedade em que estamos inseridos. Apostamos na economia regional. E ainda temos o caminho do valor agregado. As trades são nossas parceiras para alcançarmos os mercados mais distantes, como a Ásia. E administrando a concorrência com as cerealistas. Um real a mais pode valer momentaneamente, mas a proposta do cooperativismo é bem mais sólida, estrutural e duradoura.



NOVAS GERAÇÕES

JOSÉ CÍCERO ADERALDO

É um desafio. Os jovens não viveram os obstáculos enfrentados pelos pioneiros. E não têm a ligação emocional que os pais têm com a cooperativa. O jovem quer fazer diferente do pai, sempre. Devemos impedir as rupturas na sucessão da fazenda. Mas, ao mesmo tempo, os pais precisam dar rédeas aos filhos. Fazemos eventos, cursos, encontros, debates exclusivos dirigidos aos jovens. E temos que usar uma linguagem diferente, usar aplicativos, adaptar a comunicação com os novos gestores, que são muito questionadores.

JORGE KARL

A Cooperativa Agrária começou com quinhentas famílias de imigrantes europeus, que vieram ao Brasil depois da Segunda Guerra Mundial. A cooperativa foi o pilar desta comunidade neste tempo todo. A nova geração tem uma percepção diferente do cooperativismo e isso é um desafio para nós. O vital é entendermos que o conceito do cooperativismo precisa ser perpétuo. A agricultura não é só digital. É economia, comunidade, emprego, alimento, matemática, sustentável. E acreditamos que os jovens entendem a importância do cooperativismo. Temos que inseri-los no cotidiano da cooperativa. No conselho de administração, conselho fiscal, na diretoria executiva. Mesclar as gerações nos comandos. Mas entender os anseios deles. Sempre produziremos alimentos, incorporando tecnologias. Na gestão do conhecimento e na sucessão do negócio. Levaremos as duas comunicações ainda por um bom tempo.

AQUILES DIAS

Nossa visão é ser a melhor opção para clientes, produtores e trabalhadores. E também para os jovens. Em uma pesquisa interna, descobrimos que tanto os cooperados jovens como os mais antigos sentem-se donos da cooperativa. E eles querem compartilhar. Nós precisamos ajudá-los.

GOVERNANÇA DA COOPERATIVA

AQUILES DIAS

As cooperativas cresceram muito e necessitam de uma administração mais profissionalizada. E a complexidade aumentou no mesmo ritmo. Existe gente que ainda não tem experiência e os que preferem dedicar-se integralmente à sua propriedade. A consultoria externa e a direção executiva são opções já internalizadas por várias cooperativas, inclusive a nossa, e agora temos uma diretoria executiva que toca o dia a dia, implementando o que é decidido pelo conselho administrativo. Em qualquer sistema, penso que as estratégias devem ser sempre definidas pelos cooperados. Por isso, ministramos regularmente cursos para nossos conselheiros. Mas confesso que é uma tarefa difícil. A operação, o número de produtos, a logística gigantesca. Já o consultor externo, por enquanto, não pensamos ser uma boa opção.

NEI MANICA

Precisamos de pessoas preparadas. Na Cotrijal, estamos no modelo tradicional, com presidente eleito, superintendências e um conselho que analisa. A diretoria precisa fazer as coisas e pode justificar depois. E não precisamos mudar nada se há crescimento. Acredito em um conselho qualificado, bem formado, que viaja, discute, aprende. A ideia do

consultor externo parece interessante, mas não está em nosso radar.

INTERCOOPERAÇÃO

DILVO GROLLI

É um tema delicadíssimo. Tem que partir de um princípio de entendimento entre as cooperativas. Mas, nos últimos dez anos, no Paraná, tem muita gente com pressa de crescer. Vamos ser francos e transparentes. Há dificuldades no relacionamento. Mas não vamos fugir do tema. Todos precisam ouvir para existir intercooperação. É muita competição. Tem que respeitar os princípios. Caso contrário, vai aparecer alguém no seu quintal, ameaçando o seu mercado. Não está indo bem esse tema nas cooperativas do Paraná. Apenas em casos de mesmas etnias, como os holandeses na Capal, Castrolanda, Frisia, Agrária.

FERNANDO DEGOBBI

Aqui, neste debate, as cooperativas têm uma média de 60 anos de atuação. É um caso de sucesso, de longevidade. Vitória com um propósito. Melhorar os resultados do cooperado. Não é fácil tratar da intercooperação. Porém, vejo oportunidades até para ultrapassar esse conflito existente e citado aqui. Em fábricas, em produtos que não estão na ponta, usando plantas modernas, com escala, melhorando para os dois. É um modelo. Em 2017 e 2018, nós fizemos um movimento de resgate, incorporando cinco médias e pequenas cooperativas em uma importante cooperativa de café do sul de Minas Gerais e sem sobrar prejuízo aos cooperados pela liquidação. E ainda levamos linha de crédito, suporte, atendimento, tecnologia, melhorando os serviços. Outro modelo de intercooperação de sucesso foi com a Credicitrus, uma cooperativa

coimã, de crédito, com os mesmos propósitos nossos. Eles têm 90 mil associados. Conseguimos obter benefícios e resultados para o produtor. É o propósito das cooperativas. É importante construir valor. E ir devagarinho.

MARCELO PRADO (MPRADO)



Entendo bem essa questão. Nós, latinos, temos o hábito de ver os nossos interesses primeiro e só depois o da coletividade. Isso, na construção de parcerias, resulta em um querendo pegar o queijo do outro. E dificulta o processo de alianças. Uma consequência até explicável em um país onde já se veiculou uma publicidade pregando que o certo era tirar vantagem em tudo. Tomara que a realidade de problemas mude e as parcerias tornem-se viáveis.

JORGE KARL

No Paraná, temos, sim, exemplos positivos, como a Union, cooperação em leite, suínos e trigo entre Capal, Frisia e Castrolanda. Um trabalho bom e ainda em construção. Também estamos ao lado deles, em cevada e suínos. O futuro é este, como a Europa já realizou e com ótimos resultados.

JOSÉ CÍCERO ADERALDO

Temos uma cooperação com a Coamo desde 1996, com esmagamento de soja, lançamento de cafés e um entreposto conjunto. Pequenas atitudes que animam a gente. Os passos

são incipientes, vivemos muita disputa em alguns locais do Brasil, mas a mudança de gerações e de modelos de gestão vai propiciar ideias novas sobre parcerias e sinergia. Foi assim com os químicos no agro, e as grandes redes de supermercados em que vendemos. Juntar forças vai ficar claro no futuro como um excelente caminho.

CONCLUSÃO

JOSÉ CÍCERO ADERALDO (COCAMAR)



O Agronegócio cresceu em plena pandemia, firmando uma posição de líder em produção e exportação. O cooperativismo cresceu muito nos últimos 25 anos e segue com a capacidade de promover riqueza para produtores e as comunidades. Tenho orgulho de trabalhar para 15 mil pequenos produtores.

JORGE KARL

Existem coisas que não vão mudar depois da pandemia. Acredito no cooperativismo, os produtores dependem dele e devem ser capacitados continuamente.

MARCELO PRADO

Acreditamos tanto no cooperativismo que criamos um núcleo que só cuida de cooperativas. Em dez anos, trabalhamos com 350 cooperativas. E será ao lado delas que vamos sair mais fortes dessa pandemia, seguindo na construção de um mundo melhor para nós e os nossos filhos.

FERNANDO DEGOBBI

Não deixamos de enfrentar todos os desafios, mesmo com a pandemia. Investimos em uma grande feira digital absolutamente inédita, um investimento de dois milhões de reais. Negociações exclusivas para nossos cooperados. Com equipe de suporte de quatrocentas pessoas. Colocamos mais de 75 totens nas lojas. Foram 130 expositores, mais de 2.800 produtos e uma centena de conteúdos, entre lives, palestras e demonstrações no campo.


DILVO GROLI

As cooperativas não nasceram prontas. Não é fácil competir no mercado do agronegócio. É uma batalha diária. É desafiante olhar para o futuro com um plano estratégico e a missão de permanecer com os conceitos que firmamos há mais de cinquenta anos. Principalmente, a transparência.

NEI MANICA

O cooperativismo é o melhor sistema de interação social e econômica no mundo inteiro. Por isso, cresce sem parar, ajudando a elevar os índices de desenvolvimento humano dos municípios. E somos eficientes. E parceiros. A ajuda dada aos agricultores que tiveram problemas graves com a seca na última safra é uma prova concreta disso. O mundo vai precisar cada vez mais de alimentos e a cooperativa vai ficar cada vez mais forte.

AQUILES DIAS

Minha vida inteira trabalhei no cooperativismo. Quando pessoas se unem, transformam a realidade. Foi o que fizemos nos últimos cinquenta anos. As pessoas das cidades sentem-se bem em comprar produtos das cooperativas. Já temos o reconhecimento. Só precisamos comunicar melhor essa realidade. Vamos continuar melhorando a vida das pessoas. 

COOPERATIVAS AGROPECUÁRIAS NO BRASIL

55% na Região Sul

34% na Região Sudeste

10% nas outras regiões

COOPERATIVISMO BRASILEIRO

- # 90 anos de atuação
- # 1.613 cooperativas agropecuárias
- # Emprega 208 mil pessoas
- # Fatura R\$ 200 bilhões por ano
- # Um milhão de cooperados
- # Responsáveis por quase metade dos alimentos que circulam no Brasil

DEBATE "COOPERATIVISMO AGRO E SEUS DESAFIOS"

- # Marcelo Prado - CEO da MPrado Consultoria Empresarial
- # Aquiles Dias - Diretor de Suprimentos e Assistência Técnica da Coamo
- # Dilvo Grolli - Presidente da Coopavel
- # Fernando Degobbi - Presidente da Coopertrus
- # Jorge Karl - Presidente da Agrária
- # José Cícero Aderaldo - Vice-presidente Executivo da Cocamar
- # Nei Mânica - Presidente da Cotrijal

COOPERATIVAS NO DEBATE

- # Seis cooperativas
- # Faturamento de R\$ 32 bilhões por ano
- # 16% de tudo o que o setor desempenha

Um novo olhar sobre o Agro Brasil!

Executivos da Indústria de Insumos são unânimes: comunicar melhor é tão importante quanto produzir e distribuir



Uma maratona de 35 eventos, com a participação de lideranças de diversos setores da Distribuição de Insumos Agropecuários do Brasil. Profissionais tratando de governança, gestão, mercado de commodities, tecnologia, insumos, saúde, manejos agrícolas. Tentando enxergar e antecipar o futuro. Foi a proposta da MPrado Consultoria Empresarial. Analisar o trabalho realizado pela indústria de soluções tecnológicas do agronegócio do País durante a pandemia da Covid-19. E vislumbrar os principais desafios que vão marcar a retomada da vida social e econômica no mundo inteiro.

Uma jornada que contou com a parceria da Plataforma AgroRevenda e do site Notícias Agrícolas. O encerramento foi marcado pelo debate "Indústrias

de Defensivos Agrícolas e seus Desafios", que contou com a presença de importantes executivos de grandes corporações do segmento. André Savino, diretor geral de marketing da Syngenta. Fábio Prata, diretor de marketing de clientes da Bayer. Cristiano Figueiredo, diretor de negócios da UPL. Douglas Ribeiro, diretor de marketing da Corteva Agriscience Brasil e Paraguai. E Marcelo Magurno, diretor de negócios Brasil da FMC. A condução ficou com o CEO da MPrado, Marcelo Prado. E ainda houve a presença de João Batista Olivi, jornalista e fundador do site 'Notícias Agrícolas'.

Ainda não se sabe qual o tamanho do estrago que a pandemia da Covid-19 vai causar na economia brasileira em 2020. O Banco Central calcula uma queda de

6,5% no Produto Interno Bruto (PIB). O Banco Mundial acha que vai ser pior: 9%. O que não causa dúvida é o crescimento do Agronegócio do País no mesmo período. Deve ficar em 2,5% no geral. Só a atividade agrícola pode cravar avanço de 11%. Tudo com safra recorde de grãos e exportações crescentes de carne, soja, milho, papel, celulose, algodão etc. Com respeito máximo ao meio ambiente. Usando pouco defensivos químicos. O Brasil é o 44º no ranking mundial de utilização de defensivos. Recidando 94% das embalagens de químicos, um número imbatível no planeta. E o que é melhor: o setor pode ser mais produtivo e lucrativo. As vendas externas ainda estão muito concentradas na China, quase 40% da balança comercial verde e amarela. E embarcamos muitos produtos com pouca agregação de valor.

Quando tratamos do acesso do produtor às soluções tecnológicas, o Brasil segue marcado por intensa movimentação. Fusões, compras, associações, estratégias conjuntas. Mas parece que ainda há muita lenha para queima. 24% da distribuição cabem às cooperativas. Cerca de 30% atuam com revendas. Dois números semelhantes ao líder do agro mundial, os Estados Unidos. No acesso direto indústria – produtor, a coisa muda de figura. Nos EUA, são 3%. Aqui, nada menos do que 30%. Sendo que as empresas são praticamente as mesmas. “Eu peguei a pauta das palestras dos doze principais eventos do agronegócio e verifiquei que apenas 3% dos temas eram ligados à gestão”, alertou Marcelo Prado na abertura do debate. A distribuição está pulverizada no Brasil? Temos uma estrutura fundiária muito diversa da americana? Pensamos pouco em Gestão? Acompanhe os melhores momentos do debate.

SUCESSO DO AGRONEGÓCIO

FÁBIO PRATA (BAYER)



Momento desafiador, que vem testando as pessoas e as empresas. Temos muitas oportunidades no curto prazo. Segurança alimentar, barreiras. Um mundo bem diferente pela frente, mas auspicioso para o Agro Brasil.

MARCELO MAGURNO

O que me chama a atenção é a eficiência do nosso agronegócio. Fazemos duas safras o ano todo na maior parte do País, o que nos dá poder de fogo. E o nosso produtor foi forjado sem subsídio. Penso que o passar dos meses vai normalizar o consumo e o controle sobre a doença. O agro brasileiro foi o que menos sofreu no mundo. E mostrou resiliência e adaptação nos momentos difíceis. A próxima safra vai ser forte, intensa, principalmente a soja. E devemos nos beneficiar pela injeção de liquidez que vem marcando a maioria dos países.

ANDRÉ SAVINO

O PIB agrícola puxa para cima há mais de dez anos. Indústria do segmento vem crescendo bastante. Em defensivos, o mercado mais que dobrou nesta última década. Carnes exportam bastante. Setor bem financiado. Temos potencial, mas vários desafios ao mesmo tempo.

DOUGLAS RIBEIRO

Também sou otimista. E o produtor brasileiro merece o sucesso que vem obtendo. Ele aposta e se defende com a tecnologia. Fazendo três safras e hoje ele aguenta o tranco. Tem diversidade de produção. A Corteva é e respira a agricultura. E estamos preparados para o pós-Covid-19.

CRISTIANO FIGUEIREDO

Nosso agro tem uma resiliência impressionante. E o cenário é positivo para inúmeras culturas. Sofremos com cana, açúcar e frutas. Mas acredito na retomada desses setores. E no forte crescimento do segmento.

JOÃO BATISTA OLIVI

O Agro vem com recorde de produção, preços, exportações. Acelerado. É um mundo real que vejo. E tem o outro

mundo, da mídia e das cidades, que falam apenas de tragédias.

COMUNICAÇÃO DO AGRO

DOUGLAS RIBEIRO (CORTEVA)



O consumidor de hoje é mais preocupado com a origem dos alimentos, o uso de recursos naturais, e isso é bom para a sociedade, para a indústria do setor. Mas não significa que ele seja bem informado, receba dados baseados em ciência. Por outro lado, falamos muito com a gente mesmo. Precisamos nos preparar com argumentos e levá-los ao debate para fora do Agro. Já procurei pelas escolas dos meus filhos no Brasil, no México e nos Estados Unidos, quando senti necessidade, e fui bem recebido para esclarecer algumas questões imperfeitas. O Agro é amplo demais e tem dificuldade para se ordenar. São muitas associações, agremiações, não é simples unificar o discurso. Mas vejo um pouco de evolução, porém temos que expandir para a sociedade, levar informação técnica, comprovada, e mostrar que temos segurança alimentar e sentimos orgulho de nosso trabalho.

FÁBIO PRATA

Estamos em evidência, fazemos um serviço muito bem feito, são 25% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro e

a liderança mundial em várias culturas. Isso tudo usando apenas 7% do território. Temos a oportunidade, agora, de levar esse novo olhar. Vejam a pandemia. Garantimos o abastecimento pleno de alimentos para a população inteira e ainda batemos recorde de exportação. Exploramos essa vitória? Nosso Código Florestal é o mais severo do mundo, o produtor brasileiro preserva florestas, matas ciliares, rios, todo o Meio Ambiente. Temos que embarcar nessa nova Comunicação, informar mais, para fora. Como o trabalho do INPEV (Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias) nas escolas de vários estados.

MARCELO PRADO (MPRADO)



Só para dar o exemplo das embalagens de defensivos, o Brasil recicla 94% de milhões de unidades. No Japão, não passa de 50% e, nos Estados Unidos, apenas 30%. Na França e Alemanha, ao redor de 74%. Nada disso você vê na mídia. Mas temos o consenso, hoje, das principais informações que precisamos sacramentar junto à sociedade brasileira. Tudo o que o segmento faz de positivo para o produtor, o meio ambiente, o consumidor e o Brasil.

JOÃO BATISTA OLIVI

A resposta é ideológica. As redações de Jornalismo só possuem gente 'de esquerda'. É um comportamento direcionado contra o Agronegócio. E como

o presidente Jair Bolsonaro vem do Agro, também é malhado cotidianamente. Os editores não querem saber o que o Agro faz de positivo. Logo, nós é que temos a tarefa de comunicar o que conquistamos. Vejam a estupidez, o desconhecimento da cobertura envolvendo a nuvem de gafanhotos na fronteira com a Argentina. Temos que batalhar contra a ideologia e nos preocupar em esclarecer, principalmente as crianças.

MARCELO MAGURNO

Quero alertar que precisamos nos preocupar com o conteúdo da Comunicação, mas também com a forma, para o bom entendimento da mensagem. E nem tudo é um 'mar de rosas'. Os produtores gaúchos de soja sofreram com a seca na última safra, o setor de Hortifrúti ainda está penando com a queda no consumo e na exportação. Temos escala, capacidade de produção e suprimos mercados importantes no mundo. Tenho falado bastante com pessoas agora e a imagem nossa está evoluindo. Vamos ver o segmento mais valorizado. Mas, realmente, temos que comunicar melhor. Inclusive as nossas dificuldades. Um grande empreendimento interessado em plantar no Centro-Oeste precisa de, pelo menos, cem habilitações. Sou agrônomo e apaixonado pelo setor. Fazemos um trabalho muito bonito. Produção verticalizada, investimento fantástico. É necessário divulgar tudo.

ANDRÉ SAVINO

Precisamos construir uma nova narrativa, um novo formato. Lançamos um evento de debates no ano passado, passamos três dias com vários parceiros e não falamos um minuto só de produto. Só tratamos de temas para alcançarmos quem está fora do agro. A indústria compete no Campo, mas tem que construir junto essa postura de dialogar com a sociedade moderna.

ACESSO

ANDRÉ SAVINO (SYNGENTA)



Temos vários meios para acessar o produtor no mundo. Operamos com distribuição, estamos fortes na Europa com o cooperativismo e, no Brasil, temos um modelo mais híbrido. Temos orgulho em falar do Projeto Aliança, lançado há 22 anos, ao lado das cooperativas. Fizemos capacitação, houve a estruturação das cooperativas e hoje elas são verdadeiras indústrias verticalizadas, com resultados fantásticos. Também operamos com revendas, que têm um trabalho excelente de capilaridade no mercado, desenvolvendo tecnologia na agricultura tropical, com vários desafios. Não tem neve, é o ano inteiro, não para. E com agricultores de perfis muito diferentes. Que cultivam de três a 300 mil hectares. É um acesso muito complexo. Tanto que os fundos internacionais não têm interesse em atuar no Brasil inteiro. Escolhem áreas que fazem sentido para o modelo de negócio deles. Nós, da Syngenta, não abrimos mão de chegar até o produtor, em todo o país, interagir com ele. A venda direta surgiu no passado, quando o distribuidor não chegava até os clientes. Nosso grande desafio como indústria é saber quais os serviços agronômicos de hoje e do futuro. E nos questionamos permanentemente. Não fomentamos

a venda direta, mas atendemos quem prefere essa variação. Atuamos com as cooperativas e 212 revendas. Porque acreditamos que temos que trabalhar de forma diferenciada. Ter um modelo híbrido para atender o maior número possível de clientes. Não temos regra fixa. Deixando claro: cooperativa é sagrada, vamos continuar operando. Na distribuição, quando abrimos uma loja, procuramos encontrar um parceiro da área na região. Se não houver interessados, abrimos loja própria. O importante é ter coerência. Não vamos ser refém de ninguém. Dando um exemplo concreto, no oeste do Paraná, tínhamos um distribuidor e ele foi comprado. Não quis mais representar a gente. Conversamos e não houve negócio. Assim, abrimos uma loja própria. O que não podemos fazer é impedir que o produtor tenha acesso às tecnologias.

CRISTIANO FIGUEIREDO (UPL)



Todos nós passamos por consolidação, compras, fusões etc. E o grande desafio permanece sendo procurar acesso ao mercado. Seja indiano, americano, europeu. Quando uma empresa atinge um tamanho, acessar é o mais importante. No Brasil, não negamos a consolidação e a causa está relacionada à necessidade de melhoria de margens, ganho de escala, profissionalização de gestão. Vários fatores que direcionam o processo de consolidação. O fato novo, para mim, é a indústria querer acessar

diretamente o produtor. Na UPL, vamos no sentido contrário. Acreditamos nas parcerias, levando os programas de maneira inteligente, usando as cooperativas, os distribuidores também, e focando efetivamente no que é o core da empresa. Eficiência operacional, verticalização de ativos. É um processo de escolha. Quando você se posiciona, os parceiros e concorrentes tomam as decisões. Muitos procuram o caminho direto e atendemos cada vez melhor quem opta por isso. Assim como na distribuição e revenda.

MARCELO MAGURNO

No Brasil, não podemos negar uma venda se o interessado cumprir todas as exigências legais. O insumo chega pela distribuição, cooperativa e indústria. São três caminhos. E o agricultor decide pela percepção de valor que ele tem da oferta. Um bom exemplo é o número de roubos nas propriedades agrícolas. A distribuição tem um papel fundamental em conter essa onda, dar segurança ao agricultor. Ele compra quando vai usar efetivamente. E há setores com escala maior de agricultura e você atende direto por decisão do produtor. Os modelos são híbridos e dependem da escolha do cliente. Em todos os setores, não só com os insumos.

DOUGLAS RIBEIRO

O Brasil é de uma complexidade diferente de outros países. E quem dita as regras são os produtores. Não vai ter mudança, necessariamente, em alta velocidade. Ele precisa dos serviços dos parceiros, que só melhoram, ficam mais profissionais, colocam gente competente no campo. Vai precisar da cooperativa, que verticaliza o negócio e traz mais lucro para ele. O produtor sem muita profissionalização vai precisar comprar e receber assistência. É a realidade de um país continental. E a

nossa beleza. Temos que seguir transacionando com os parceiros, desenvolvendo junto, agregando valor ao agricultor e vai ser assim no pós-Covid-19. Vamos sair bem mais fortes.

GESTÃO

DOUGLAS RIBEIRO

O produtor brasileiro se especializou, primeiro, nas atividades da porteira para dentro. Porém, o investimento em gestão é um trabalho silencioso. Não aparece tanto, mas a indústria tem programas com parceiros, cooperativas, usando ferramentas modernas. Plataformas digitais que ajudam o agricultor a tomar as melhores decisões. Sou otimista e o desafio segue. A nova geração da fazenda é atenta a isso. Jovens, mulheres, gerentes. Gente responsável, com olhar social, de olho em resultados diversos. É um processo que precisa andar bem mais, mas, se você olhar para trás, verá que progredimos muito. E essa turma segue atrás de hedge, seguro rural, comercialização etc. Tocando a fazenda como autêntica empresa.

JOÃO BATISTA OLIVI (NOTÍCIAS AGRÍCOLAS)



Pelos levantamentos, só 5% dos grandes agricultores sabem fazer gestão na sua propriedade. Todos os especialistas concordam que os que

não tiverem dados na mão vão sair do negócio. E bem rápido.

FÁBIO PRATA

Nosso mercado tem muito valor. São em defensivos, sementes e biotecnologia, são 20 bilhões de dólares. Muito investimento, competição, em forte transformação. Vivemos isso hoje e a Indústria segue em grande integração nos últimos três anos. A distribuição em consolidação. E o agricultor tendendo a um novo equilíbrio. E isso põe muita pressão na gestão. Na Bayer, investimos muito na profissionalização dos distribuidores. E a demanda é crescente e capital.

MARCELO MAGURNO

As crises aceleram as transformações. A pandemia fez isso com a digitalização do agro. E o agricultor seguiu atrás. Está fazendo e gostando. Nossos operadores logísticos estão investindo, deixando o produto mais perto do agricultor. Fracionando e levando. Cria valor e abastece as lojas pelas cidades. Isso vai mudar a forma de aquisição. Venda digital e entrega física. Vai exigir uma gestão mais assertiva do que hoje. Controle de custo mais forte. E o fluxo de caixa vai ser pressionado neste quesito. A distribuição, assim, é grave e precisaremos avaliar melhor daqui para frente. A fragmentação exige planejamento sério. A cadeia pode levar até dezoito meses para entregar um produto. Quem precisa de defensivo é o agricultor. É o nosso foco, a demanda dele é lá. Persequimos uma inteligência maior para o negócio.

ANDRÉ SAVINO

Sou agricultor de café e já fui assaltado. Sou cooperado e acho que o serviço logístico vai se fortalecer. A situação dá forças a alguns jogadores. Logística, seguro, perfil do seguro. Tudo o que

fazemos é para o agricultor. O pensamento fixo é nele.

CRISTIANO FIGUEIREDO

A indústria vai ter que investir bastante em habilidades futuras. Vendas, comunicação assertiva, mostrar consistência das equipes e o cuidado com a atividade do agricultor. Teremos que preparar as nossas equipes, dos distribuidores, das cooperativas, um conjunto de habilidades diferentes. Maior automação, trabalhar de forma mais barata. Viajar quatro dias para fazer uma reunião internacional de um dia não faz mais nenhum sentido. E vai haver a valorização das indústrias locais. Ter fábricas no Brasil e atender o produtor rapidamente vai ser vital.

FUTURO

DOUGLAS RIBEIRO

Vamos entrar em um outro tipo de relação e o produtor vai ganhar muito com isso. Fizemos um lançamento totalmente digital no Paraguai, envolvendo representantes, produtores, parceiros, com treinamento virtual dos agricultores. Uma ação em que não apostaríamos se avaliássemos em janeiro deste ano, por exemplo. A plataforma digital vai conviver com a visita à fazenda, em harmonia. A presença física nunca vai deixar de existir. O bom churrasco para comemorar a colheita vai permanecer sendo insubstituível. Serão várias plataformas ao mesmo tempo, criando uma nova relação, mais eficiente.

FÁBIO PRATA

Está havendo uma transformação e quem a provoca é o agricultor, que é cada vez mais exigente e consciente. O que traz uma pressão muito boa para a indústria. O modelo da indústria tem que mudar. Ser o de construir em conjunto com o agricultor. Que

gere de fato valor para ele. Entender muito do produto. E quem mais levar experiência ao cliente é que vai ser o vencedor. Distribuição como supermercado, oferta simples de produtos, é uma atividade sem foco.

JOÃO BATISTA OLIVI

Vivemos um problema sério de comunicação. Há um excesso de informação, mas, na verdade, o interesse das pessoas está em apenas cinco linhas. O mundo atual aposta em mensagens curtas, bem no estilo do WhatsApp. Facilitar as coisas para o receptor. As lives foram uma saída interessante no início da quarentena, mas as pessoas não se interessam mais.

MARCELO PRADO

Temos que nos reinventar. Nossa forma de fazer negócio, como ser enquanto profissionais. A pandemia trouxe um novo jeito de viver, de encarar a vida, os desafios profissionais. Uma revolução que ainda vai exigir muita análise e reflexão no futuro.

MENSAGEM

MARCELO MAGURNO (FMC)



Já existe uma transformação em andamento no Agro. Com profissionalismo, robustez dos trabalhadores que atuam no setor. Afinal, a digitalização e o conhecimento precisam levar comodidade aos

clientes. Para eles receberem e entenderem a informação. E torná-la algo efetivo. Já temos vários exemplos. A Cooperitrus tem uma plataforma com mais de 22 mil cooperados, que leva informação ao campo e gera valor ao produtor. Nós temos um projeto piloto na Bahia que antecipa a predição de entrada de pragas na lavoura. Todo dia, o agricultor recebe alertas por um aplicativo, na palma da mão dele. E o produtor decide a melhor maneira de prevenir e se defender. O agro tem atraído diversos profissionais, de inúmeras áreas. Todas têm espaço no segmento hoje. Temos uma das três melhores remunerações da economia brasileira. A FMC acredita na Agricultura e no agricultor brasileiro. 2020 é um ano que vai ficar marcado na história, de recessão em muitos lugares e setores, mas temos que transformar o conhecimento em conquistas. Continuamos investindo em proteção de cultivos, adquirimos uma nova molécula, compramos uma nova empresa, de genoma, nos Estados Unidos, e apostamos tudo em sustentabilidade.

ANDRÉ SAVINO

Somos um time grande na Syngenta e é em nome dele que falo. Temos mais de duzentos distribuidores, os melhores do mercado, atuamos com todas as cooperativas, somos uma companhia que não chegou agora. Levamos ao agricultor tecnologia, inovação, digital, soluções financeiras, lançamos plataformas, fazemos parcerias. Pensamos que o segredo não está em um só produto, mas sim em como agregar tudo e levar ao produtor a melhor solução. A Syngenta tem um grande time, totalmente comprometido com a agricultura brasileira.

CRISTIANO FIGUEIREDO

Nosso propósito é fazer uma agricultura aberta, sem fronteiras e limites. Nosso valor é 'ganha-ganha-ganha'. Nós,

os agricultores e a sociedade. Com um investimento forte no Brasil nos últimos anos. Mantivemos duas fábricas, duas estações experimentais, toda a equipe no campo para servir o agricultor, distribuidor, a cooperativa, os cooperados, da melhor forma possível. Levando nossas tecnologias e programas. Olhando muito para a saúde vegetal. Somos muito otimistas com o Agro. Podem contar com o time da UFL.

DOUGLAS RIBEIRO

É gratificante debater com profissionais de primeira linha a grande indústria de tecnologia que abastece a Pecuária e a Agricultura brasileiras. Represento dois mil colaboradores da Corteva, em todas as nossas marcas. Começamos há dois anos e meio, lançamos uma marca que é a nossa empresa, outras marcas de sementes, um projeto dirigido para a cana-de-açúcar. Com o objetivo de trazer inovação, prestar serviço. Nosso maior propósito é enriquecer a vida de quem produz e de quem consume. E transitarmos cada vez mais em outras esferas da sociedade brasileira. São 300 mil agropecuaristas que compram nossas soluções e garantem o abastecimento de brasileiros e de toda a população mundial. Não são apenas produtores. São profissionais que produzem riqueza, trazem dólares para o Brasil. São batalhadores honestos e trabalhadores. A Corteva existe para o produtor.

FÁBIO PRATA


Vivemos um momento delicado, mas que vem trazendo uma valorização da Ciência como nunca tivemos no Brasil. E a Bayer é uma empresa pautada em nutrição e saúde. O que fazemos é Ciência por uma vida melhor. Só vejo oportunidades para o Agro, em curto, médio e longo prazos. É um momento único para melhorarmos a nossa Comunicação.

“ Ainda não se sabe qual o tamanho do estrago que a pandemia da Covid-19 vai causar na economia brasileira em 2020. ”

JOÃO BATISTA OLIVI

O produtor rural é, antes de tudo, um produtor de alimentos. E tem muita relevância. Mas ele precisa ter informação, armar-se. Necessita de uma nova narrativa para o mundo urbano. Para saber responder aos ataques, defender a Agropecuária.

MARCELO PRADO

Refletimos muito, ultimamente, como será a competição entre os grandes players do mercado. E tenho a certeza de que precisa ser semelhante ao ambiente de nosso debate. Máxima cordialidade, respeito, amizade. É um exemplo que vamos dar para os outros setores, vários mercados. Competir no jogo, mas sem esquecer de que somos seres humanos, temos interesses comuns, que é o crescimento do Agro, o reconhecimento do nosso trabalho, e temos posições convergentes. Estamos pensando desta maneira, sem parar, em nossa empresa. Novas tecnologias, pessoas, ideias, reinventando nossa organização depois de 21 anos de vida. Para chegarmos ao ano novo com um perfil inteiramente novo. 

Entre achismos, certezas e incertezas!

Como é possível toda a população fazer isolamento em um país tão desigual como o nosso?



Maurílio Biagi Filho, empresário e presidente do Conselho da holding Maubisa.

Recentemente, lendo uma entrevista concedida por um respeitado economista sobre os reflexos da crise do Coronavírus na Economia, a primeira coisa que me veio à cabeça foi Sócrates. Não o nosso saudoso jogador e craque de futebol, mas sim o filósofo que faleceu em 399 a.C. Uma de suas frases

mais emblemáticas é a que resume como estou me sentindo em meio a esta pandemia: "Só sei que nada sei".

Por isso, quando leio entrevistas como essa, fico intrigado e, confesso, até com uma certa inveja de quem tem certezas nesse período. Interessante como algumas pessoas têm tendên-

cia a achar que não existe pandemia. Outras, que existe a Pandemia, que ela causa mortes e que, para salvar vidas, é preciso fazer o isolamento, que causa o mesmo número de mortes, mas de maneira mais lenta. Ou seja, o isolamento social só serve para achatar a curva, e não para evitar mortes. Mas essas mesmas

peças dizem que todos têm que se infectar para passar a pandemia. Então, vem a dúvida de muitos: "Não seria melhor que todos já pegassem logo para ela acabar mais rápido?" E a resposta vem com outra pergunta: "E depois disso, não pode vir uma outra onda?"

Então, no meu entendimento, o problema não é isolar ou não isolar para diminuir o número de mortos ou contagiados. O isolamento foi proposto para que o País se preparasse (ampliase o número de leitos, comprasse mais respiradores, contratasse mais profissionais de saúde etc.) para receber os pacientes mais graves e tratá-los com dignidade, podendo, assim, ter mais chances de vidas serem salvas. Nesse período, os profissionais de saúde, verdadeiros guerreiros neste cenário crítico, também puderam se preparar mais, conhecer melhor a doença e alguns estudos evoluíram com tratamentos mais eficazes.

Graças a Deus, até hoje, principalmente em nossa região, não ouvimos falar de pessoas que morreram por falta de atendimento ou eventual falta de leitos. Mas já ouvimos falar que o isolamento prolongado (quase 90 dias, em Ribeirão Preto) está causando um grande número de mortos-vivos, talvez maior do que o de mortos-mortos. Pessoas sem emprego, sem condições de comprar o básico, aumento de moradores de rua, empresas tradicionais fechando as portas, pessoas morrendo em casa de outras doenças porque têm medo de ir até um centro de saúde, tratamentos e diagnósticos de câncer interrompidos, aumento de pessoas com doenças psiquiátricas. Enfim, isso dá uma discussão enorme. Se o isolamento fosse a solução única, seria maravilhoso.

“No meu entendimento, o problema não é isolar ou não isolar para diminuir o número de mortos ou contagiados. O isolamento foi proposto para que o País se preparasse (ampliase o número de leitos, comprasse mais respiradores, contratasse mais profissionais de saúde etc.) para receber os pacientes mais graves e tratá-los com dignidade, podendo, assim, ter mais chances de vidas serem salvas.”

Isolaríamos todos e quem saísse na rua seria levado de volta à força para casa, o lockdown.

Mas existem alguns exemplos de locais que não adotaram o isolamento e os índices não foram ruins, e outros que adotaram com maior rigidez e os números cresceram. Parece a história do ovo e da galinha. Eu não estou dizendo que um ou outro estejam certos, mas sim que todo mundo fala como se fosse uma verdade absoluta: o isolamento salva vidas. Tem gente falando que já salvou mais de 100 mil vidas, mas foi o lugar em que mais morreu gente... E aí, o que você acha disso tudo? Eu repito, não acho uma coisa nem outra, penso que é muito achismo, inclusive o que estou fazendo agora.

Afirmações contundentes de que o isolamento é a melhor forma de prevenção e que falta conscientização da população me preocupam. Como é possível toda a população fazer isolamento em um país tão desigual como o nosso? O isolamento da forma como está sendo exigido pelas autoridades só é possível para algumas pessoas. Todos os gráficos e estudos mostram o aceleração da pandemia, isso é absolutamente inexorável, nós vamos ter gráficos mos-

trando isso até que eles comecem a baixar com ou sem isolamento.

Outra questão abordada nesta entrevista, foi a possibilidade ou não de uma catástrofe econômica. Para mim, ela já existe e vai se agravar muito. E que providências você pode tomar para que ela não ocorra? O Estado vai fazer um aporte. Não é o Estado quem vai pagar, somos nós, aliás, já pagamos, porque pagamos adiantado.

Quem manda ficar em casa, fazer isolamento, é quem tem que pagar a conta: o Estado. Mas o Estado não tem condições de pagar esta conta sozinho e todo mundo sabe que não tem. Falar da capacidade do Governo para sair da crise é outra coisa que vale a pena discutir, mas rende outro artigo. Também vale uma discussão mais aprofundada, como a politização da pandemia atingiu em cheio o nosso país e agravou ainda mais a nossa crise.

Apesar de todas as minhas incertezas e das certezas alheias, e até de me sentir ridículo, às vezes, foi bom ler esta entrevista. Além de incitar a uma reflexão interna e até a um desabafo, me fez viajar por séculos, antes de Cristo, e perceber que Sócrates ainda é tão atual!!



Distribuição produz segurança alimentar

Força do agronegócio e segurança alimentar no pós-pandemia foram destaques nos debates do Seminário Alimentos Seguros



Ivan Wedekin, da Wedekin Consultores, na mediação do evento que reuniu players do setor para debater o papel da atividade no mundo pós-Covid-19.

A produção de alimentos é fator essencial para a saúde e para a manutenção da paz mundial e o Brasil é um importante player no cenário global na missão de alimentar o mundo. Essa foi a conclusão central dos debates realizados durante o "Seminário Alimentos Seguros", promovido pela AEASP – Associação de Engenheiros Agrônomos do Estado de São Paulo, na segunda-feira, dia 22/06.

O evento on-line reuniu, durante todo o dia, lideranças do setor, representantes de instituições públicas, privadas, cooperativas e profissionais que atuam na área de alimentos, que

esboçaram as perspectivas para os próximos anos e analisaram o cenário atual da produção de alimentos no País e no mundo, além das tendências e desafios para a indústria alimentícia no pós-Covid-19.

Para o presidente da AEASP, João Sereno Lammel, que fez a abertura do evento, o que é relevante não é somente a produção de alimentos em quantidade, pois o Brasil segue avançando para atender às demandas crescentes do País e do mundo. "Precisamos nos preocupar com a qualidade e a sanidade dos alimentos. A exigência da sociedade

de com a questão já vinha crescendo e, certamente, será ainda maior com o surgimento da Covid-19. O importante é que todos os sistemas de produção sigam rigorosamente os critérios preconizados a cada um deles", enfatizou.

Para o presidente da Abramiho - Associação Brasileira dos Produtores de Milho e ex-ministro da Agricultura, Alysson Paolinelli, o desafio de produzir 600 milhões de toneladas de alimentos até 2050 é perfeitamente realizável. Este foi um dos aspectos abordados no primeiro painel "A produção de alimentos no Brasil".

"Se hoje produzimos 250 milhões de toneladas e precisamos chegar a 600 milhões até 2050, a pergunta é se isso é possível. Perfeitamente possível, pois temos seis tipos de biomas e estamos fazendo grande esforço com ajuda da Embrapa, das universidades e do Governo para que, conhecendo os nossos biomas e seus limites, possamos explorar cada um deles de forma adequada", apontou. "Os países desenvolvidos usaram seus biomas de forma descontrolada. Agora, 'reclamam' de nós para que sejamos o pulmão do mundo. Não existe isso. Cada um tem que fazer o seu papel. Nós iremos fazer o nosso e vamos oferecer ao mundo alimentos com consciência, competência e segurança, de forma que eles possam significar uma mudança profunda na vida e na alimentação do mundo", enfatizou.

Paolinelli fez, ainda, uma análise da história da produção agrícola brasileira e reforçou a mudança na trajetória do Brasil do papel de importador para exportador de alimentos. "Há apenas quatro décadas, o Brasil passou de importador de alimentos para um grande exportador para o mundo, alcançando a primeira posição em vários produtos, como soja, açúcar, café, suco de laranja, além de crescer também a exportação em carne suína e milho. O agro contribuiu com US\$ 96 bilhões na exportação em 2019 e já exportou US\$ 42 bilhões nos primeiros cinco meses deste ano", ressaltou.

CONTROLE E TENDÊNCIAS NO SETOR DE ALIMENTOS

Apesar de cada vez mais aprimorados os controles na produção de alimentos, os índices de mortalidade devido ao consumo de produtos inapropriados pela população mundial são alarmantes. Segundo a OMS (Organização Mundial da Saúde), são

estimados 600 milhões de doentes/ano, 420 mil mortes/ano, 125 mil mortes em crianças com menos de cinco anos em decorrência do consumo de alimentos não seguros.

Os dados foram apresentados pela superintendente estadual do MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Andréa Figueiredo Procópio de Moura, no segundo painel do dia, denominado "Controles e tendências no setor de alimentos". Segundo ela, o dever da proteção da saúde da população é do Estado e isso se faz pela oferta de alimentos de qualidade. "Segurança alimentar e alimentos seguros são dois assuntos indissociáveis. O consumo de alimentos inseguros cria um círculo vicioso de doenças, afetando principalmente as populações mais vulneráveis, como idosos, crianças e doentes. Por essa razão, o Brasil, como grande produtor de alimentos, precisa ter um controle efetivo, um padrão de segurança do que produz, tanto para sua própria população como para outros consumidores a quem nossos produtos chegam. Dessa forma, os controles do Ministério abrangem todas as fases, desde a produção dos insumos, agropecuária e industrialização até a exportação", explicou.

A superintendente destacou as iniciativas desenvolvidas no setor de defesa agropecuária, aliadas à tecnificação e a transformação tecnológica, para que o Brasil pudesse assumir o protagonismo na produção alimentos. "Uma dessas iniciativas foi a revisão do marco regulatório, adotando instrumentos voltado à melhoria da qualidade regulatória, bem como transparência e maior participação social", apontou. Ela também abordou o aprimoramento de controles, como a fiscalização, com racionalização dos recursos humanos e materiais, direcionada aos produtos e processos

que têm maior risco de contaminação e aos estabelecimentos que já possuem histórico de perda de controle.

Questionada sobre o processo da implantação da rastreabilidade no setor de hortifruticultura, Andrea informou que, devido ao cenário atual, o prazo do calendário teve que ser revisto e sofrerá um atraso. "Pela capilaridade da cadeia, existe muita dificuldade na implementação. A segunda fase, que estava prevista para agora, terá um atraso em razão do momento que estamos vivendo, pois o trabalho junto aos produtores ficou prejudicado", explicou.

CONSUMIDORES QUEREM SABER O QUE ESTÁ ALÉM DA EMBALAGEM

De acordo com a pesquisadora Marta Taniwaki, do ITAL – Instituto de Tecnologia de Alimentos, a mudança do comportamento humano ao longo dos anos refletiu também no padrão de consumo dos alimentos. O aumento de opções e maior acesso aos mercados estão impulsionando a demanda por uma gama diversificada de alimentos.

Segundo ela, os consumidores buscam por alimentos altamente sensoriais, saudáveis e de fácil preparo. Entretanto, eles também querem saber sobre a origem e o processo de produção do que consomem: uma megatendência global.

"Hoje, o consumidor tem o direito de saber o que tem dentro da embalagem, mas também como esse alimento foi produzido. Se foi produzido respeitando as regras ambientais, as emissões de gases e, no caso de produto animal, se houve a prática do bem-estar animal. Também há um aumento de demanda por alimentos éticos, produtos sazonais cultivados localmente e sustentáveis. As percepções do consu-

midor de alimentos não seguros levam ao desperdício”, reforçou.

Representando a ABIA - Associação Brasileira da Indústria de Alimentos, o Diretor de Assuntos Regulatórios e Científicos da entidade, Alexandre Novachi, falou sobre o futuro da produção de alimentos e o papel fundamental da ciência para o desenvolvimento de pesquisas e novas tecnologias na busca do equilíbrio entre alta oferta/produção de alimentos x segurança alimentar.

“O momento em que estamos hoje é um ponto de reflexão: para onde vamos a partir de agora? Muito se fala do novo, mas será que é tão novo assim? A tendência é buscarmos o equilíbrio entre a oferta de alimentos e o alimento seguro. E, definitivamente, é a ciência que vai nos garantir isso hoje e amanhã, assim como garantiu no passado. O que vamos comer amanhã? A resposta para essa pergunta depende das escolhas que faremos hoje, de quais são as nossas prerrogativas e os novos valores”, disse.

Sobre o desenvolvimento de alimentos em laboratório com as chamadas foodtechs, Novachi apontou que não vê como um mercado concorrente ao tradicional, mas uma opção a mais aos consumidores. “Não vejo uma disputa entre um alimento e outro. Apesar desses produtos serem apresentados em algumas situações específicas, sejam elas fisiológicas ou questões ideológicas, também se posicionam no mercado como uma opção para todos os consumidores. Esses produtos não são para substituir o tradicional ou para atender a apenas um nicho. Uma pessoa qualquer pode optar por alimentos que contenham essas características. É, sim, um aumento de possibilidades”, salientou.

O diretor da ABIA ainda reforçou que é saudável a “concorrência” com os alimentos inteligentes ou smartfoods, pois a crescente demanda por alimentos e o uso de plataformas de comércio eletrônico estão impulsionando a criação de cadeias de suprimentos mais enxutas, mais ágeis e com menos desperdícios.

Os painéis do período da manhã também tiveram como debatedores o presidente da AEAMS – Associação dos Engenheiros Agrônomos de Mato Grosso do Sul, Antonio Luiz Neto Neto, e o presidente da FEAPR – Federação dos Engenheiros Agrônomos do Paraná, Clodomir Luiz Ascari. A mediação ficou a cargo do professor da FEA-USP, Decio Zylbersztajn.

TECNOLOGIA E SEGURANÇA ALIMENTAR

As startups de alimentação, conhecidas como foodtechs, voltaram ao centro do debate no quarto painel do Seminário. O modelo de negócio, que visa a pensar na aplicação da tecnologia para melhorar a agricultura e a produção de alimentos, sua cadeia, os canais de distribuição e o consumo, ganhou ainda mais força, no Brasil e no mundo, com os debates sobre a segurança alimentar durante a pandemia.

O diretor de Inovação do MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Cleber Oliveira Soares, fez uma explanação sobre o mercado atual, desafios e tendências, destacando a importância do agronegócio para a segurança e o fornecimento de alimento para a população mundial.

“Os consumidores estão cada vez mais exigentes e buscando estar próximos das cadeias de produção. Não tenho dúvidas de que o futuro da produção de alimentos passa pelas foodtechs, as quais, por meio das

pesquisas e do uso de tecnologias, agregam valor às cadeias produtivas do agronegócio”, destacou.

O painel contou com a participação do presidente da Sociedade Mineira dos Engenheiros Agrônomos (SMEA), Emílio Elias Mouchreck Filho, e da presidente da Associação dos Engenheiros Agrônomos do Estado do Rio de Janeiro (AEARJ), Ana Paula Guimarães de Farias. Ambos ressaltaram a importância da formação técnica dos profissionais do campo e a convicção da necessidade de expandir o conhecimento para além do ambiente técnico. A mediação foi feita pelo consultor Ivan Wedekin, da Wedekin Consultores.

PANORAMA DA PRODUÇÃO DE ALIMENTOS NO MUNDO

O ex-Ministro Roberto Rodrigues, coordenador do FGV Agro, destacou, no segundo painel da tarde, o tema “Alimentos no Mundo”, seguido de um debate com a participação dos mesmos integrantes do painel anterior. Rodrigues falou sobre o papel fundamental do Brasil na produção e fornecimento de alimento para diversos países, evidenciando que, mesmo com a pandemia, o País foi o único que registrou aumento de exportação de alimentos no mundo.

“O agronegócio brasileiro foi capaz de se organizar e registrar resultados positivos em meio à crise. O campo não parou. Esse movimento trouxe ao cidadão urbano uma nova visão sobre a atividade, principalmente quanto à importância da agricultura para a segurança alimentar”, evidenciou.

“A pandemia mostrou ao mundo que a régua da sanidade estava muito baixa e fez com que essa questão ganhasse uma nova importância. Não tenho dúvidas de que o setor tem feito a sua

parte e, se trabalharmos o equilíbrio, sairemos dessa crise ainda mais fortalecidos”, acrescentou.

BIOSSEGURIDADE É FUNDAMENTAL

Investir em biossegurança é uma medida-chave para conter a propagação das enfermidades animais e, conseqüentemente, obter segurança alimentar, melhor qualidade de alimentos e prezar pela saúde humana. Na mesa-redonda “Alimentos Seguros”, o consultor e ex-secretário de Agricultura do Estado de São Paulo, Francisco Sergio Ferreira Jardim, enfatizou a importância da biossegurança na pecuária e de empenhar trabalho em barreiras sanitárias, usando como exemplo o problema da Peste Suína Africana (PSA) na China, país que possui metade do rebanho mundial (684 milhões de suínos) e já exterminou mais de 134 milhões de cabeças em função do surto. “Precisamos fazer a prevenção de entrada de animais doentes, adotar medidas preventivas de manejo e seguir os calendários sanitários. Só assim conseguiremos mitigar e eliminar doenças que podem comprometer a biossegurança”, reforçou.

O presidente da OCESP - Organização das Cooperativas do Estado de São Paulo, Edivaldo Del Grande, reforçou a importância do trabalho desenvolvido pela entidade e o empenho para manter a segurança nos alimentos comercializados. Ele ressaltou que uma das formas de se conseguir maior controle sobre a segurança dos alimentos é por meio do trabalho das cooperativas. “Cooperativismo e alimentos seguros estão juntos. Um exemplo da relevância da atividade no Brasil é que 53% de toda a safra de grãos provêm de cooperativas e 22% são armazenados por elas”, pontuou.


MEGAPOTÊNCIA ALIMENTAR E PRODUTIVA

Para o presidente da Associação Brasileira de Agronegócio – Abag, Marcello Brito, com as mudanças de comportamento entre as gerações, as novas tendências de mercado e consumo vão exigir cada vez mais uma produção sustentável.

“Os estudos no mundo mostram que a geração X já tinha uma visão de produção em relação à geração anterior, acelerada agora pela geração dos milenials, que acreditam no novo normal, pensam na produção sustentável, nas emissões de carbono e no bem-estar animal. Cada vez mais isso vai ser cobrado”, apontou.

“O Brasil é uma megapotência alimentar e agro ambiental. É preciso que assumamos o nosso protagonismo. Se a pandemia nos desconectou, o relacionamento virtual nos conectou em apenas três meses. O que a ciência foi capaz de fazer em apenas 90 dias? É preciso que saibamos aproveitar nossas vantagens competitivas”, finalizou.

O painel de encerramento foi protagonizado por um debate entre os ex-ministros da Agricultura Alysson Paolinelli e Roberto Rodrigues, com a participação do presidente da AEASP, João Sereno Lammel.

As mais de oito horas de conteúdo do “Seminário Alimentos Seguros”, que foi promovido pela AEASP, com o apoio do Conselho Federal de Engenharia e Agronomia do Estado de São Paulo – CREA-SP e a colaboração da Confederação dos Engenheiros Agrônomos do Brasil – CONFAEAB, estão disponíveis no canal da AEASP no Youtube (<https://www.youtube.com/channel/UCaQI9PYrT6h9zPd-Yzr9W3g>) e no do Sistema Ocesp, que fez a retransmissão (<https://bit.ly/SeminarioAlimentosSeguros>). 

Confiança de **25 anos**
para somar em sua revenda

Animal bem alimentado
produz com mais **satisfação**

MÉTODO PENN STATE
PARTICLE SIZE SEPARATOR

Ferramenta
essencial na regulação
da amiladase

Separador
de partículas
para fenojais

Alados da
nutrição
de precisão!

Umitest

Desidratador para determinar a %
de matéria seca de forragens

PRECISÃO
na formulação de
dieta para bovinos

 iic

IIC DO BRASIL

www.iicdebrasil.com.br

41 3232 2272

Em toda loja com
frete grátis
para garantir o seu lot!

Mineira Grão de Ouro aposta em ERP Siagri e deve continuar crescendo

A Grão de Ouro, distribuidora de insumos agrícolas, é referência no sul de Minas Gerais. Com lojas que fornecem sementes, fertilizantes e defensivos – atualmente são 13 – a companhia também chegou ao estado de São Paulo e atende produtores de soja, café, milho, feijão, sorgo, hortifruti, entre outros. A empresa faz parte do selado grupo de distribuidores que compõem a Agro Galaxy, plataforma do fundo de investimento Aqua Capital. Para gerenciar suas operações, a Grão de Ouro escolheu o software AgriBusiness, do Grupo Siagri.

GESTÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS: PROCESSOS INTELIGENTES E EFICIÊNCIA OPERACIONAL

O investimento em tecnologia está diretamente ligado à reestruturação de processos da companhia, que precisava reduzir retrabalhos para superar seu maior desafio: a gestão eficiente da cadeia de suprimentos. Segundo Bruno Freitas, diretor operacional da Vector Consulting e um dos responsáveis pelo projeto na Grão de Ouro, "o controle das operações, desde a seleção de fornecedores, definição do portfólio, até a armazenagem e expedição eficientes para que os produtos cheguem a tempo no campo, sem dúvida é o maior desafio, mas também o fator determinante para o sucesso do negócio de distribuição".

Freitas destaca que ter todas estas etapas automatizadas dentro de um software especializado contribui para trazer mais poder de decisão para quem está à frente do negócio. "Hoje, podemos dizer que gastamos menos de 20% do tempo processando transações e os outros 80% são dedicados para a análise. Isso traz mais qualidade e assertividade para o negócio", explica.

TECNOLOGIA PADRONIZADA E VELOCIDADE DE INFORMAÇÕES NA PLATAFORMA AGRO GALAXY

O ERP AgriBusiness, líder no mercado de distribuição de insumos agrícolas, já era a solução adotada por outras duas empresas da plataforma Agro Galaxy, do fundo Aqua Capital. "A parceria da Agro Galaxy com o Grupo Siagri é de mais de 14 anos. Teve início em 2006 com a Rural Brasil e se consolidou em 2012, quando outra investida, a Agri100, adotou a solução. A especialização no segmento de distribuição de insumos agrícolas e o conhecimento dos negócios da plataforma foram fatores decisivos para a escolha do ERP Siagri", afirma Sérgio Constantini, *Technology Operating Partner* do Fundo Aqua Capital.

A decisão foi apoiada pela liderança da Grão de Ouro. César Coelho, CEO da companhia, reforça que a segurança transmitida pelo Grupo Siagri e a conexão com a plataforma Agro Galaxy foram determinantes. "Apostamos no ERP Siagri para



Atende de Carapicuíba (São Paulo) no Brasil

colocar em prática processos mais curtos e inteligentes. Esperamos ganhar em velocidade e confiabilidade para disponibilizar informações para a plataforma Agro Galaxy".

PANDEMIA NÃO ADIÓU IMPLANTAÇÃO DE NOVO SOFTWARE

O projeto de transição de tecnologia teve início pouco antes das regras de isolamento social, devido ao COVID-19. Para a implantação nas 13 lojas do Grupo, algumas etapas foram adaptadas para o modelo remoto e outras realizadas

presencialmente, seguindo os protocolos de segurança. "Mesmo com a pandemia, conseguimos manter o engajamento das equipes Siagri e Grão de Ouro, entrando em produção com um time muito bem capacitado para entregar o projeto no prazo", conta Rodrigo Barbosa, gerente de consultoria e serviços do Grupo Siagri.

Para o CEO César Coelho, outro destaque foi a adaptação do Grupo Siagri à cultura Grão de Ouro. "Foi um trabalho realizado com maestria, com o jeito Grão de Ouro de ser. Nossa expectativa é continuar crescendo e o Grupo Siagri é uma das propostas de transformação da Grão de Ouro. Temos segurança de que este software nos ajudará a continuarmos cada vez mais conectados com o mercado".



"A parceria da plataforma Agro Galaxy com o Grupo Siagri é de mais de 14 anos"

Sérgio Constantini,
Technology Operating Partner do
Fundo Aqua Capital

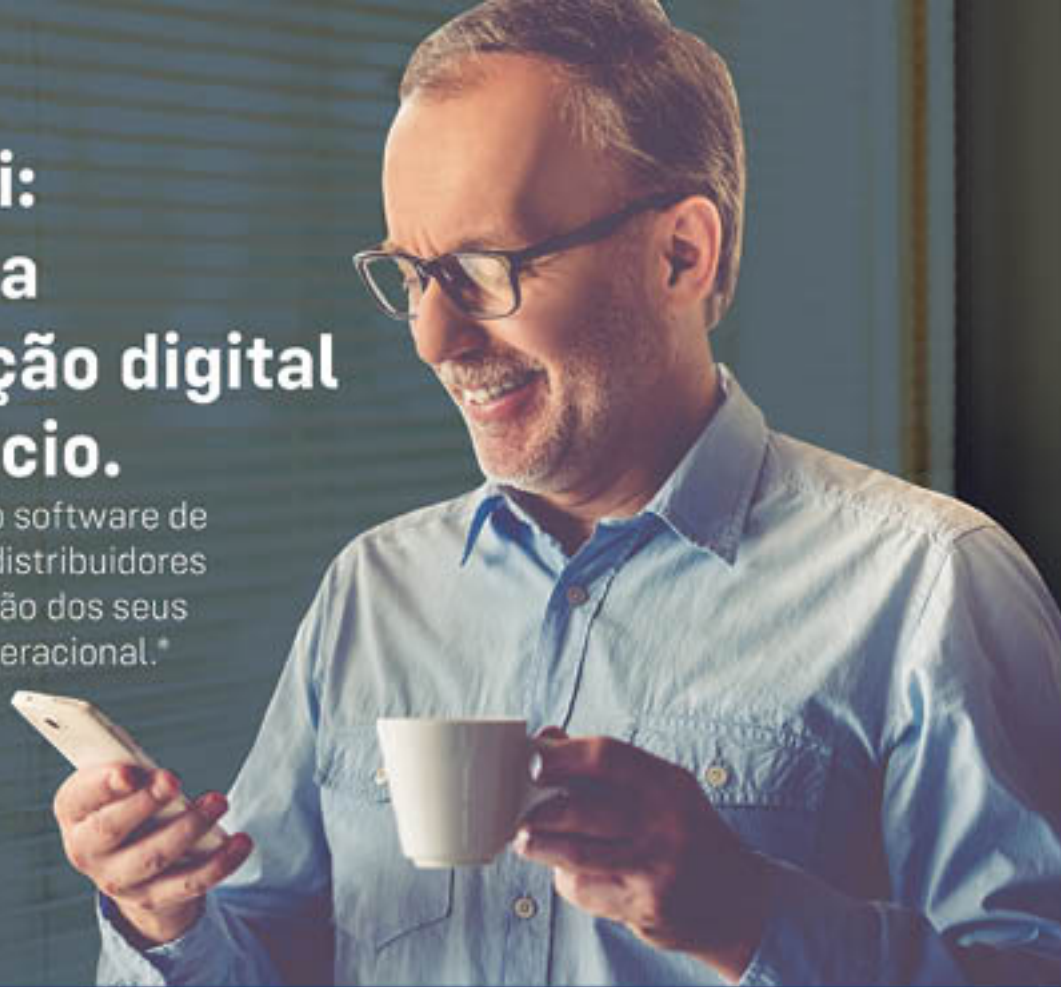


"Nossa expectativa é continuar crescendo e o Grupo Siagri é uma das propostas de transformação da Grão de Ouro"

César Coelho,
CEO da Grão de Ouro

Grupo Siagri: com você, na transformação digital do seu negócio.

Conheça as novidades do software de gestão de 30% dos agrodistribuidores do Brasil, para digitalização dos seus processos e eficiência operacional.*



ERP AgriBusiness


assinei



Assinatura eletrônica e digital de duplicatas, pedidos de venda, CPRs e outros, direto do seu ERP.


AgriQ
RECEITUÁRIO
AGRONÔMICO



Receita agrônômica emitida no campo, com assinatura digital e app offline.

Saiba mais e solicite demonstração:



Se você utiliza outro ERP, também pode adquirir as soluções **Assinei** e **AgriQ** integradas ao seu software.

Brasil: sinônimo de paz e segurança alimentar global



Os leitores menos atentos podem imaginar que os veículos da mídia nos países membros da União Europeia começaram a tecer críticas às queimadas na Amazônia somente recentemente. Na verdade, este assunto é uma velha novela promovida por lobbies bem organizados na defesa de produtores europeus ou ONGs que necessitam de temas para sobre-

viverem. Desta vez, ultrapassaram os limites ao tentar detonar até a nossa ministra da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Tereza Cristina, que está fazendo um trabalho impar no interesse do Brasil.

A pertinência quanto à preservação da Floresta Amazônica cabe aos brasileiros, assim como seguir e implementar

o Código Florestal. Nenhum produtor rural tem interesse em infringi-lo ou, ainda, depredar os solos que são a fonte de seu sustento. Alegar a relação entre a agricultura e o desflorestamento não faz o menor sentido.

O nosso setor contribui para a regeneração de áreas degradadas, atualmente 10 milhões de hectares (ABIEC,

2020), além da reestruturação e governança das áreas de reserva legal privadas. Um eventual desflorestamento e a falta de marca de sustentabilidade levam automaticamente à redução dos preços de commodities e à eventuais barreiras comerciais, caso não haja real responsabilidade setorial. Não conhecemos qualquer produtor, processador, indústria de insumos brasileira que tenha interesse na queda de preços!

A ministra Tereza Cristina tem feito um excelente trabalho para dar continuidade aos interesses progressistas do agronegócio brasileiro. Aceleração de processos burocráticos, abertura de mercados, novas propostas metodológicas, defesa dos interesses dos agricultores. Não há razão para ter sua imagem denegrida por suas atitudes em defesa do seu setor, pois, além do cargo público, também é produtora rural

Seria ingênuo imaginar que, apesar de uma pandemia global, em que o Brasil tem desempenhado um papel de supridor de vários países, alguns militantes dos países membros da União Europeia (UE) não viessem tentar tirar proveito para manchar a imagem do nosso agronegócio.

Foderíamos afirmar, em nossa defesa, que a tentativa de tumultuar um merca-


do global com argumentos incoerentes com a realidade para a defesa de seus interesses comerciais é contra a paz mundial e o desenvolvimento sustentável. Mas não poderíamos esquecer que a UE adota número expressivo de medidas que contribuem para cumprir objetivo climático e ambiental, com grande enfoque na sustentabilidade e na segurança dos alimentos.

A este respeito, a EU, em matéria de ambiente e clima, reforça a sua posição com o Green Deal, estabelecendo novas medidas para que a atividade agrícola possa contribuir para atingir as metas ambiciosas, e que deve ter um reforço financeiro compatível com esta nova ambição.

O bloco busca um sistema alimentar justo, saudável e respeitador do ambiente e sua estratégia para a Biodiversidade, para 2030, são iniciativas do PEE - Pacto Ecológico Europeu, que visam a contribuir para a neutralidade climática da UE em 2050, nos termos da nova Lei Europeia do Clima, e para a agenda da Comissão Europeia para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

A UE tem como objetivo tornar o sistema alimentar um padrão global de sustentabilidade. Foca a necessidade de reduzir o uso e o risco de

pesticidas, o uso de antibióticos e fertilizantes na agricultura, aumentar a participação da agricultura biológica e a presença dos elementos da paisagem e da natureza, além de conduzir a padrões mais rígidos de bem-estar animal. Portanto, cabe ao Brasil, que também passa por desafios de segurança do alimento, bem como os demais países do mundo, ter consciência de que a UE cria um quadro legal para que os nossos concorrentes possam utilizá-lo como base para atacar as nossas vulnerabilidades. Neste sentido, como não faltam profissionais brasileiros focados em repensar o nosso agronegócio para atender aos interesses de saúde global, as questões comerciais ou o atendimento de exigências de mercado cabe também a eles unir forças para evitar que as exigências em crescimento no mundo possam ser eventuais barreiras não tarifárias no futuro.

Acreditamos que o agronegócio do Brasil possa ser sinônimo de paz e de segurança alimentar global! Mas, para isso, temos que continuar trabalhando de forma séria e ética, além aprender a utilizar os meios de comunicação com autoridade e reputação para defender o nosso agronegócio mundo afora. Ninguém fará a comunicação por nós! 

Fernanda Lemos: Sócia da Lemos Oshiai Consultoria e Assessoria, Sócia e Membro do Conselho da Guanã 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 Agrovenda. 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. flemos@e-loconsultoria.com

Jogí Humberto Oshiai: Sócio da Lemos Oshiai Consultoria e Assessoria e da Stark Capital e Diretor de Assuntos Públicos do escritório de advogados europeus ProñiVergano (Bruxelas), além de ser Pesquisador Associado da FZEA/USP e colunista das revistas especializadas em proteína animal e Agrovenda. 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. joshiai@e-loconsultoria.com



Lemos & Oshiai
consultoria

Biológicos ganham programa nacional

Brasil já possui 40 milhões de hectares cultivados com bactérias promotoras de crescimento de plantas. Mas precisa entender que o cuidado com o meio ambiente é o mesmo, com insumos biológicos ou químicos

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) lançou, em maio passado, um programa nacional para incentivar o uso de recursos biológicos na agropecuária brasileira. O objetivo central é aproveitar o potencial da biodiversidade do País para reduzir a dependência dos produtores rurais em relação aos insumos importados e ampliar a oferta de matéria-prima para o setor. A ministra Tereza Cristina destacou que a iniciativa nasceu de uma antiga necessidade dos setores produtivos de grãos, piscicultura, florestas e pecuária se alinharem com práticas mais inovadoras. Ela ressaltou que o programa possibilitará a entrada de fato da agricultura na bioeconomia e que todos os produtores, como orgânicos, tradicionais e de demais segmentos, serão contemplados. "Todos têm a ganhar", garantiu a ministra.

Atualmente, 40 milhões de hectares no País já são cultivados com bactérias promotoras de crescimento de plantas. E o Plano Safra 2020 / 2021 vai trazer recursos para investimento em biofábricas. Tereza Cristina enfatizou que o programa vai reforçar a missão do Brasil de ser um provedor de produtos agropecuários e alimentos de qualidade para a população brasileira e mundial. A cesta de bioinsumos é ampla. São inoculantes, promotores de crescimento de plantas, biofertilizantes, produtos para nutrição vegetal e animal, extratos vegetais, defensivos feitos a partir de micro-organismos benéficos para o controle de pragas, parasitas e doenças, como fungos, bactérias e ácaros, até produtos fitoterápicos ou tecnologias que têm ativos biológicos na composição, para plantas e animais, como para processamento e pós-colheita.

O programa é um dos pilares da visão de bioeconomia que o ministério está promovendo. A proposta é contribuir para o desenvolvimento de novas soluções tecnológicas, gerar renda, riqueza e qualidade de vida para os produtores. Cléber Soares, Diretor de Inovação do Mapa, afirmou que a bioeconomia será a grande alavanca para manter o Brasil como protagonista no agronegócio global. A coordenadora do programa de Bioinsumos, Mariane Vidal, enfatizou que o Agro Brasil segue na linha dos novos consumidores e produtores rurais, que buscam insumos e alimentos que causem menos impacto econômico e ambiental.

A ideia é criar práticas sustentáveis com a ajuda de insumos, empresas, tecnologias, produtores, universidades, centros de pesquisa e crédito público e particular. O Brasil tem a maior biodiversidade do mundo e pode perfeitamente tornar-se o maior protagonista mundial na área de ciência, tecnologia e inovação em bioinsumos. O Ministério da Agricultura tem um ótimo propósito. Facilitar o acesso de todos os produtores rurais do País aos diferentes insumos biológicos, incluindo os já autorizados para a produção agropecuária. O número de defensivos biológicos registrados no MAPA tem avançado bastante. São 265 produtos registrados, entre bioacaricidas, bioinseticidas, biofungicidas e bioformicidas. No ano passado, o mercado movimentou R\$ 675 milhões, com um crescimento de 15% em relação a 2018, ficando acima da média do crescimento internacional.



Ministra Tereza Cristina: "Reforçamos a missão do Brasil de prover o mundo com produtos agropecuários e alimentos de qualidade".

Os dados são da CropLife Brasil, associação que representa as indústrias de desenvolvimento e inovação nas áreas de biotecnologia, gemoplasma, defensivo químico e biodefensivo. A média global de novos produtos biológicos registrados por ano aumentou de três para onze na última década. Uma pesquisa indicou que 96% dos usuários destes produtos acreditam que a adoção de biodefensivos vai crescer nos próximos cinco anos. A Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) conta com vários estudos nesta área. São 632 pesquisadores trabalhando em 73 projetos, em 40 unidades espalhadas pelo Brasil.

E mantém diversos bancos de gemoplasma microbiano dedicados exclusivamente à preservação e à caracterização de micro-organismos, agentes de controle biológico de pragas e promotores de crescimento de plantas. Um universo de mais de 10 mil linhagens de bactérias, fungos e vírus controladores de pragas e doenças de plantas, além de mais de 14 mil linhagens de micro-organismos fixadores de nutrientes e promotores de crescimento de plantas, mantidos em pelo menos sete unidades da empresa. O registro de um biodefensivo no Brasil passa por procedimentos rigorosos de avaliação de eficácia e aplicação nos campos avaliados pelo MAPA. Grau de toxicidade para humanos e impactos toxicológicos ao meio ambiente são dois fatores examinados profundamente. Há regulamentos específicos para cada tipo de produto. E o governo federal promete financiar a adoção dessas tecnologias dentro das propriedades rurais e pelas cooperativas. O fomento será feito via crédito rural, Inovagro e Prodecoop. Para as biofábricas, os recursos podem chegar a 30% do valor de todo o financiamento. Os empreendedores que não sejam produtores


“Brasil possui 265 defensivos biológicos registrados, entre bioacaricidas, bioinsecitidas, biofungicidas e bioformicidas.”

rurais ou cooperativas podem procurar o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), por meio da linha denominada BNDES Agro, também operada por agentes financeiros de crédito rural.

Mas a Revista AgroRevenda acha necessário fazer alguns reparos neste assunto. O Agronegócio e o Brasil precisam ser realistas. Usar recursos da própria natureza para produzirmos no segmento é inteligente, sustentável e ajuda a manter a vida de todos os seres do planeta Terra. Mas a mesma natureza também produz vida tóxica e nociva ao meio ambiente. São bactérias, vírus, nematoides e plantas que agredem outras vidas para manter a própria sobrevivência. E não trazem nenhum benefício aos seres humanos. Muito pelo contrário. O cuidado no uso de produtos biológicos, em muitos casos, precisa ser ainda maior do que com os produtos químicos, sintéticos, e podem causar danos gigantescos ao meio ambiente. Os produtos químicos são tecnologias de primeira categoria, garantiram a saúde e o aumento espetacular da população mundial nos últimos setenta anos e são absolutamente indispensáveis na produção atual agropecuária. Basta que sejam utilizados respeitando todas as recomendações feitas pelas indústrias e entidades do setor. Sem falar que representam uma excelente alternativa de uso combinado

com os biológicos e integram programas espetaculares de boas práticas agrícolas e manejo integrado de pragas na agricultura brasileira e mundial.

Existe outra questão de mercado importante para destacar. Alimentos produzidos de forma sustentável tomam-se produtos mais competitivos no mercado internacional. Custam mais caro e são opções para mercados exigentes, como o da Europa. Mas isto é apenas uma 'meia verdade' no mundo de disputa acirrada por dinheiro. Só para dar o exemplo da União Europeia. São países que protegem em demasia seus produtores, subsidiam vários setores do agronegócio, não respeitam as normas da Organização Mundial do Comércio e podem perfeitamente criar novos obstáculos ao Brasil, inclusive para produtos que utilizam os chamados biológicos.

O que isso significa? Significa que mercado é mercado. Com químicos ou biológicos sendo usados para fazer nascer, nutrir e colher uma boa planta. Significa, também, que o Brasil deve, sim, investir em novos métodos de produção, que façam o agro ser sustentável em todos os sentidos. Para dar lucro, alimentar a população mundial e preservar o meio ambiente. Mas que saibamos que os produtos químicos ainda serão necessários para o agro internacional durante várias décadas. E só fazendo o bem. Basta utilizá-los de forma correta. 

Albaugh tem novo diretor de Marketing




José Geraldo Martins dos Santos, diretor de Marketing e Desenvolvimento de Produtos.

O engenheiro-agrônomo José Geraldo Martins dos Santos é o novo diretor de Marketing e Desenvolvimento da Albaugh. Especialista no mercado de agroquímicos pós-patentes, a Albaugh está presente no Brasil há três anos, no setor de defensivos agrícolas. No novo cargo, Martins dos Santos será líder das áreas de Marketing, Registro, Comunicação e Desenvol-

vimento de Tecnologias e Produtos. Com quase 30 anos de experiência no agronegócio, em funções no Brasil e no exterior, o executivo registra passagem por grandes companhias. Na Albaugh, ele também estará à frente de projetos de inovação em pós-patentes, com vistas ao crescimento da companhia, conduzido pelo presidente e CEO Brasil e Argentina, Cesar Rojas. 

Grupo Vilela contrata Gerente

O Grupo Vilela, em nome de suas empresas Laboratórios Calbos, Vilavet Saúde Animal, Biox Animal Health, Kombate Saúde Ambiental, Laboratórios da Medicina Natural, anunciou a contratação de Carlos Oslaj como o novo Gerente Geral do grupo. Carlos é brasileiro, casado, tem 62 anos e possui

mais de 30 anos de experiência atuando em grupos industriais do mercado brasileiro e internacional do segmento. "O Carlos possui vasta experiência no setor e, certamente, vai contribuir bastante para trazer muitas inovações ao nosso grupo", comemorou o presidente do Grupo Vilela, André Vilela. 




Carlos Oslaj, gerente Geral do Grupo Vilela.

YPF apresenta Óleo Adjuvante C Mineral



um produto altamente refinado, com tensoativos, biodegradáveis e livre de

A Y P F Brasil acaba de trazer ao mercado brasileiro o Óleo Mineral Adjuvante C, nonilfenol, e que está beneficiando a agricultura nacional. Essa estrutura faz com que haja melhor compatibilidade, segurança e flexibilidade no processo de pulverização de produtos fitossanitários. Segundo a gerente Comercial nacional da YPF Brasil, Elaine Quirino, a formulação faz total diferença para a boa performance do óleo agrícola.

Na Argentina, a YPF é líder no fornecimento de insumos agrícolas. "Aproveitamos a expertise de nossa matriz para trazer um produto já consagrado no manejo fitossanitário argentino", afirmou Quirino. "Os óleos agrícolas têm papel fundamental durante o ciclo de produção de diversas culturas. A principal vantagem é o controle de plantas e insetos invasores", reforçou Elaine Quirino. 

EGR 2020

DIGITAL

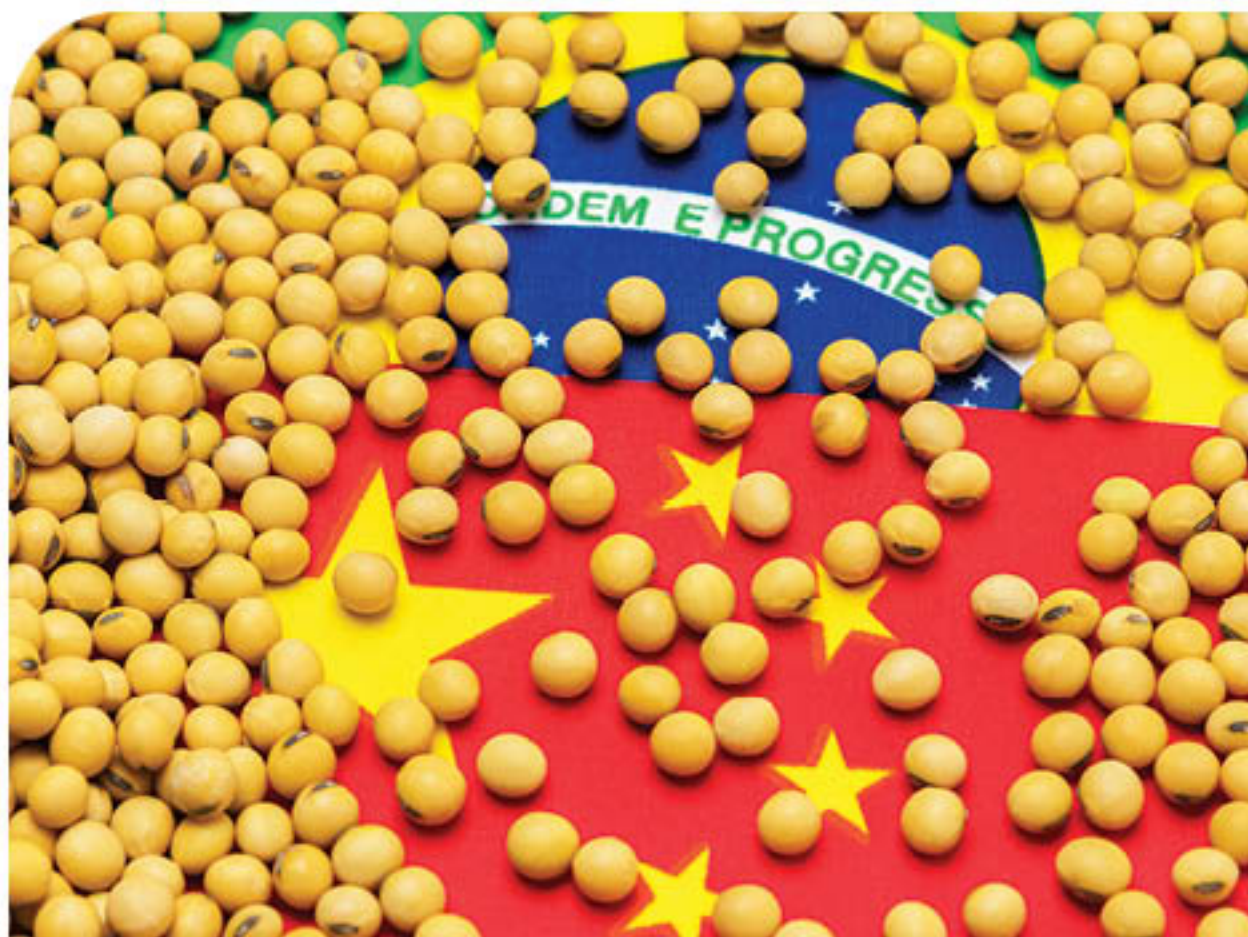
ENCONTRO DE
CONFINAMENTO
E RECRIADORES



O NOVO FORMATO DE EVENTO QUE ABRIU
PORTAS PARA O **CONHECIMENTO AVANÇADO**
SOBRE O MERCADO AGROPECUÁRIO

VEJA COMO FOI
CONFINAMENTOERECRIA.COM.BR

 **SCOT**
CONSULTORIA



Brasil 2029 exporta 105 milhões de toneladas de soja para a China

Novo recorde na safra e expectativa 2021 turbinam negócios na distribuição

O mundo segue acompanhando diariamente os impactos das políticas de isolamento, números de infecções e fatalidades e a consequente queda da confiança na economia mundial. O PIB dos EUA sofreu a maior redução da história em um trimestre, segundo o Departamento de Comércio, com queda de 32,9% entre abril e junho de 2020. Mas, em alguns países emergentes, um clima de maior otimismo começa a prevalecer com o não aparecimento de segundas ondas de infecções e a retomada gradual das atividades econômicas.

Na economia brasileira, o mercado melhorou suas expectativas para o PIB de 2020, mas ainda com retração de 5,77%, e recuperação em 2021 de 3,5%. Segundo o boletim Focus do BACEN (24 de julho), o IPCA deve fechar 2020 em 1,67% e 2021 em 3,0%. Já a meta Selic para os respectivos anos, deve encerrar em 2,0% e 3,0%. A projeção do câmbio é de R\$ 5,20 no fechamento deste ano e R\$ 5,00 no próximo. No momento do fechamento desta coluna, a taxa cambial estava em 1US\$ = R\$ 5,18. É interessante que cada projeção melhora um

pouco a perspectiva, aparentemente há mais ânimo que no mês passado.

Entre os estudos internacionais deste mês, destaca-se um realizado pelo Instituto de Métricas e Avaliação em Saúde da Universidade de Washington (IHME), que revela redução na população global a partir de 2050, além de mudanças representativas na pirâmide etária em 2100. Com a redução de população ativa, alguns países, como China e Índia, devem apresentar menores taxas de crescimento econômico. No Brasil, o pico populacional deve

acontecer em 2043, com 245 milhões de habitantes, fechando 2100 com 164 milhões. Interessante observar isso, pois a onda de expansão quantitativa do agro brasileiro não será eterna.

Ainda nos temas do mês, uma área que deve crescer brutalmente é a dos fundos verdes, ligados a projetos que tragam ganhos ambientais, com grandes grupos financeiros ampliando o direcionamento de recursos para a negociação de fundos verdes no País. Atualmente, o Brasil possui R\$ 30 bilhões em fundos desse tipo, valor muito menor que o mercado global, que é de U\$ 1 trilhão. Investidores estrangeiros e organizações brasileiras iniciaram a estruturação das primeiras emissões de Certificados Recebíveis do Agronegócio (CRA) em dólar (possibilitada pela MP do Agro) para financiamento do setor produtivo, o que deve aportar investimentos de US\$ 550 milhões em títulos envolvendo uma cerealista e uma usina de biocombustíveis. As emissões de títulos de CRA em 2019 tiveram um aumento de 78,5%, e, em 2020, já movimentaram mais de 8,3 bilhões. No primeiro semestre de 2020, as emissões foram 11,5% maiores que o mesmo período de 2019.

O gigante varejista chinês Alibaba pretende desenvolver na cidade chinesa de Zibo, em Shandong, toda uma infraestrutura agrícola digital para otimizar a distribuição de alimentos frescos por todo o País. O projeto envolve centros de processamento e distribuição. Tive a chance de visitá-los em 2019 e fiquei impressionado!

Mas antes de pular ao agro, aparentemente, estamos melhorando na economia. Resta observar os movimentos principalmente nos EUA, com a eleição presidencial e as trombadas com a China. Mas continuo acreditando

em mais confiança e na valorização do real e da Bolsa.

No Brasil, o 10º boletim da safra, publicado pela Conab, reforça a expectativa de recorde de produção de grãos, com volume estimado em 251,4 milhões de toneladas, 3,9% a mais que no ciclo anterior. Já a área plantada deve chegar a 65,8 milhões de hectares, 4% a mais que na safra passada. Estima-se aumento da produção de algodão de 4%, atingindo 2,89 milhões de toneladas com a colheita já em pleno andamento. O milho 2ª safra também está em fase de colheita, com expectativa de produção de 73,5 milhões de toneladas, o que, somado à 1ª e à 3ª safra, garantirá o recorde de 100,6 milhões de toneladas. A soja teve a colheita encerrada, produzindo 120,9 milhões de toneladas, 5,1% a mais que em 2018/19. As culturas de inverno estão em plena semeadura, com destaque para o trigo, que aumentou 13,7% sua área. Esta safra é um alento ao Brasil em momento tão difícil para o País.

De acordo com o MAPA, novo recorde foi atingido para as exportações de junho, somando US\$ 10,17 bilhões, quase 25% superior ao mesmo período do ano passado e representando 56,8% das exportações totais do Brasil. Cada vez mais um Agropais. Destaque novamente para o complexo soja, exportando US\$ 5,42 bilhões (+53,4%), com grãos representando US\$ 4,67 bilhões (+61,9%), farelo US\$ 563,1 (+2%) e óleo US\$ 186,6 milhões (+92,8%). Vendas de carnes atingiram US\$ 1,41 bilhão (+4,5%), valor recorde para o mês, com participação da carne bovina de US\$ 742,6 milhões, suína de US\$ 196,9 milhões e de frango, US\$ 438,2 milhões (-32,1%). Produtos florestais exportaram US\$ 962,6 milhões (-13,8%), sofrendo com a queda de preços, apesar de o volume ter aumentado; já o café vendeu US\$ 324,6 milhões

(-13,1%). Por outro lado, as importações do agro reduziram 16,1%, chegando a US\$ 984,6 milhões, o que é refletido em um saldo positivo da balança comercial do setor de US\$ 9,34 bilhões.

No acumulado do 1º semestre de 2020, o agro vendeu US\$ 51,6 bilhões, maior valor registrado pela série histórica, com saldo positivo na balança de US\$ 45,4 bilhões. Impressionante, pois, se mantivermos esta performance no segundo semestre, o agro pode deixar algo entre US\$ 85 a 90 bilhões de saldo na balança comercial.

Projeção do MAPA revela que o Valor Bruto da Produção (VBP) deve atingir o recorde de R\$ 716,7 bilhões em 2020, superior em 8,8% ao ano passado. O grande protagonismo fica à cargo da soja, com faturamento estimado de 173,5 bilhões, 3,5% superior ao de 2019. Já o VBP da pecuária deve alcançar R\$ 236,6 bilhões, com alta de 3,4%.

E as perspectivas de futuro continuam boas. O estudo "Perspectivas Agrícolas 2020-29", realizado pela OCDE e FAO, aponta a consolidação da América Latina como fornecedor mundial de produtos agrícolas nos próximos dez anos, com a produção aumentando em 14%, enquanto as exportações devem crescer 1,7% por ano. Em 2029, a região deverá responder por 60% das exportações globais de soja, 40% de milho, 39% de açúcar e 35% de carnes (bovina e frango). Brasil, China, EUA e União Europeia devem representar 60% da produção mundial de carnes até 2029.

Nos próximos 10 anos, deve acontecer um aumento no consumo médio de carnes por habitante de 0,24% por ano em países desenvolvidos, e de 0,8% nos países em desenvolvimento. Segundo a OCDE e a FAO, a China deve representar 29% das importações



mundiais, tendo Brasil, Canadá, EUA e União Europeia como principais países exportadores. O Brasil deverá exportar 105 milhões de toneladas de soja para a China em 2029, com a produção atingindo 140 milhões de toneladas, frente a 120 milhões dos EUA.

O Brasil também deve se firmar como segundo maior exportador mundial de algodão em 2029, com crescimento de 94% no período. Em relação ao milho, o Brasil deve participar de 20% da parcela mundial, enquanto os EUA participam de 31% do mercado.


Em relação aos preços no mercado de soja e milho, pouca variação neste mês. O USDA aponta que os contratos futuros de milho para setembro foram negociados em US\$3,25/bushel, enquanto os futuros da nova safra de dezembro fecharam a US\$3,33. O USDA manteve suas classificações de 69% do milho na condição de bom para excelente nessa semana. Na soja, os preços futuros para agosto caíram para US\$ 8,9/bushel essa semana, e para novembro estão em US\$ 8,94. Os índices para soja voltaram a 69% de bom para excelentes, após quedas recentes. Aqui no Brasil, os preços ao fechar

esta coluna estavam em R\$ 110 para a saca da soja e R\$ 45 para o milho entregue em cooperativa de São Paulo. Muita gente vendendo produções futuras, e eu faria isto. Estamos com poucos grãos no Brasil.

Fecho a análise do agro deste mês com os avanços impressionantes da digitalização, pois a pandemia intensificou a busca por soluções digitais de monitoramento de propriedades à distância e sistemas de informação. Outros serviços, como compra de insumos on-line e venda das commodities, têm se destacado. Oferecendo descontos, a Orbia, por exemplo, chegou a vender R\$ 10 milhões em produtos em sua plataforma digital. O John Deere Connect, aplicativo de suporte lançado no mês de maio, registrou mais de 320 mil acessos em 30 dias. Segundo a John Deere, 85% dos atendimentos no período da pandemia foram solucionados virtualmente e a plataforma gerou a venda de 300 máquinas desde a sua criação. A CooperCitrus lançou novidades no aplicativo Campo Digital durante a sua feira Expo Digital, realizada no final de julho. Pelo aplicativo, o produtor poderá solicitar serviços de tecnologia em agricultura de precisão,

como amostragem georreferenciada, pulverizações por drones, monitoramento via satélite e outros. Os produtores podem acessar a plataforma em qualquer dispositivo (tablet, celular ou computador).

Os cinco fatos do agro para acompanhar agora diariamente em agosto são:

- 1) O avanço da flexibilização do isolamento social em cada país e se teremos retomada mais rápida da economia mundial;
- 2) Da mesma forma, acompanhar a flexibilização no Brasil e seus impactos na economia brasileira e no câmbio;
- 3) As ações do Governo na questão do desmatamento ilegal, seus resultados e impactos nas pressões contra o Brasil na questão ambiental;
- 4) O comportamento do clima na safra dos EUA, que vem, até o momento, sem problemas;
- 5) China: seguir as notícias das relações com os EUA e importações de produtos do Brasil. 

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) 3466.6666 / (11) 3034.3316

O agro alimenta a cidade e a cidade alimenta o agro.

neodigital



E todos ganham com isso.

Nosso reconhecimento aos agricultores, suas famílias e a todos que continuam trabalhando e tirando o melhor da terra, preservando o meio ambiente.



www.abmra.org.br

A adaptação das revendas à pandemia

Como as equipes foram reestruturadas e as atividades adaptadas?

O primeiro semestre de 2020 foi encerrado. A safra 2019/2020 bateu recorde de produção acima do estimado, a soja atingiu preços superiores e as exportações ficaram acima do volume do mesmo período do ano anterior. Mas a continuidade dessa onda positiva está sendo comprometida pelo atual cenário da pandemia de COVID-19. Diante disso, as adaptações continuarão sendo necessárias, com inovação nas práticas de negócios e cautela nos investimentos. O agronegócio não parou. Contudo, teve que se adequar. E com as revendas não foi diferente.

Com o isolamento social, a aglomeração de pessoas foi proibida, diversos eventos foram cancelados e o comércio foi restringido. A primeira decisão da revenda foi a respeito de como continuariam a atender seus clientes. A maioria manteve suas portas abertas, seguindo as recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS), com o uso de máscaras pelos profissionais e a disponibilização de álcool em gel no ambiente de trabalho. Porém, o fluxo da loja não continuou o mesmo. As visitas aos clientes reduziram e vendedores ficaram a postos no escritório ou em suas próprias casas. Algumas equipes foram alocadas para home office e precisaram aprender a trabalhar a distância. Em um setor em que o relacionamento e o contato físico costuma ser comum – como dias de campo, feiras de negócio, visitas semanais ao produtor e confraternização na revenda – três atividades críticas precisaram ser revisadas: Comercial, Geração de Demanda e Processos Internos.

COMERCIAL

A primeira área que precisou ser revisada foi a atividade comercial. Nesse contexto, o produtor já vinha mudando em termos de perfil, profissionalização, acesso à informação e capacitação. Com a pandemia, ele também precisou rever seus negócios. Na região de Rio Verde, em Goiás, a maior mudança aconteceu na rotina dos vendedores e no modo de realizarem as visitas técnicas. Se alguns meses atrás qualquer assunto era resolvido com uma passada rápida na propriedade do cliente, sem muito aviso, agora isso é visto com receio pelos produtores, que estão recuados. No cenário atual, o agendamento é obrigatório. Além da visita programada, o contato frente a frente foi restrito e a conversa para tomadas de decisões, adaptada. Por outro lado, a conversa por aplicativos de mensagens e por redes sociais se intensificou. Manter a qualidade e precisão do atendimento está sendo um desafio para os vendedores e gestores das revendas. Mas como a revenda pode manter os padrões de atendimento e relacionamento a distância? Essa reflexão traz implicações críticas para a distribuição no contexto de práticas comerciais e gestão de clientes. Nesse caso, as revendas devem acelerar a implementação de CRM, a segmentação de clientes e o mapeamento do perfil dos vendedores. Apenas depois de desenvolverem essas práticas, elas conseguirão definir o modelo operacional de atendimento, estratégia de pós-venda, interações com clientes, práticas de relacionamento, ofertas e precificação aderentes para cada tipo de cliente.

Sem direcionamento das práticas, as empresas irão cair no método da “tentativa e erro”, perdendo recursos e tempo fundamentais para se manterem competitivas no cenário atual.

GERAÇÃO DE DEMANDA

A segunda atividade crítica revisada foi a geração de demanda. Com a proibição de aglomeração, eventos, como dias de campo, precisaram ser substituídos e, nesse contexto, as plataformas digitais foram o caminho natural. Dessa forma, o contato com o cliente, através de aplicativos de mensagens e redes sociais, passou a ser essencial no dia a dia da revenda. Algumas empresas saíram na frente, pois já estavam investindo nesses temas. Por exemplo: alguns distribuidores estavam usando redes sociais como um canal para mostrar aos produtores a performance de produtos, os eventos realizados e as ações de campo. Se antes esses canais eram mais uma forma de comunicação com o produtor, em muitos casos, tornaram-se o único canal de acesso.

Para vencer nessa área é fundamental que o distribuidor reveja sua estratégia de comunicação. Em muitas revendas, as postagens nas redes sociais são feitas de forma esporádica e deliberada. Em alguns casos, diversos profissionais possuem acesso à conta da revenda e postam algum conteúdo que acham interessante. Essa abordagem, além de pouco efetiva, também pode passar mensagens erradas para os clientes. Nesses casos, é fundamental que o distribuidor tenha uma estratégia clara do que comunicar através

desses canais. E que estabeleça uma frequência para isso de, no mínimo, três vezes na semana. Algumas perguntas podem ajudar a direcionar a estratégia de comunicação: o que meu cliente gostaria de saber sobre minhas ofertas? O que posso mostrar de forma visual e atrativa? Existe alguma campanha que possamos fazer para aumentar o engajamento com os produtores? Além disso, para desenvolver ações digitais, os fornecedores podem assumir um papel fundamental. Alinhar estratégias de comunicação e o desenvolvimento de materiais para publicação de fotos e vídeos é importante, uma vez que os fornecedores já podem ter feito investimentos nessas áreas e ter grande interesse em divulgar a oferta de produtos e serviços.

PROCESSOS INTERNOS DA REVENDA

A terceira atividade crítica revisada foram os processos internos da revenda que devem passar pela transformação digital. Quando alguns profissionais escutam "transformação digital", pensam na criação de aplicativos ou tecnologias disruptivas e dificilmente enxergam suas empresas adotando-as. No entanto, o processo de transformação digital pode ser mais simples do que se imagina, bastando, como ponto de partida, endereçar as principais dores dos processos e das atividades internas.

Com o home office, processos que aconteciam manualmente, como o lançamento de pedidos e o controle financeiro, tornaram-se uma dor para muitas empresas. Além disso, se antes os funcionários no escritório tornavam a comunicação eficiente e o trabalho dos líderes eficaz, com o distanciamento, a revenda precisa adquirir novas habilidades e competências. Nesse cenário, a adoção de

sistemas e aplicativos é fundamental. Esses sistemas devem automatizar processos manuais da revenda e garantir que as informações não sejam perdidas em diversas planilhas e documentos espalhados no servidor.

Para a comunicação e gestão da equipe, apenas a adoção de aplicativos não é suficiente. A revenda precisa estabelecer um processo claro para o fluxo de informações da empresa, de forma que os responsáveis estejam sempre cientes das informações relevantes e que as decisões sejam tomadas de modo rápido e correto. Treinamentos para as equipes serão requeridos, assim como o desenvolvimento de ferramentas que formalizem as negociações feitas através de aplicativos de mensagens ou por ligação telefônica, para assegurar as informações trocadas com o cliente e o fechamento do pedido. Empresas mais inovadoras e abertas serão pioneiras e iniciarão o desenvolvimento desse processo. Infelizmente, grande parte dos distribuidores ainda são céticos ou não estão preparados para embarcar na transformação digital. Contudo, as empresas podem começar com pequenos passos e é importante que analisem quais processos podem ser transformados e que se inspirem em casos de dentro e fora do setor.

As mudanças trazidas pela pandemia foram sentidas por todo o setor. Com isso, muitas atividades importantes precisaram ser repensadas e demandaram esforços de gestores e funcionários das revendas. De fato, não é possível saber como será o mercado após a pandemia, porém, é inegável que muitas práticas e competências novas ficarão. Endereçar todas as áreas pode ser um desafio significativo e, no momento de incerteza, como falado no início deste artigo, é necessário ter cautela nesses investimentos. Para

isso, algumas reflexões podem ajudar os gestores das revendas a priorizarem recursos e esforços: quais interações com o meu cliente mudaram nesse período? Quais são os principais problemas que surgiram dessas interações? O que os meus clientes esperam de mim nesse momento? Em quais áreas minha empresa ficou mais ineficiente e em quais se tornou mais eficiente? **AR**

Rodrigo Lourenço Farinha

Experiência em diversos projetos de consultoria: estratégia de negócios, planejamento estratégico de marketing, estratégia de go-to-market, pesquisa de mercado e comportamento de compra. Possui especialização em estratégia pela Universidade de Harvard, é doutorando e Mestre em Estratégias de Marketing pela FGV-EAESP, e graduado em Administração de Empresas pela FEA-RP / USP.

Luísa Abrahão

Experiência em projetos e estudos nas áreas de planejamento estratégico, plano de marketing e pesquisa de mercado. É graduada em Economia Empresarial e Controladoria pela FEA-RP/USP, com ênfase em Finanças.



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) 3466.6666 / (11) 3034.3016

Transformação Digital é para mim?

Comece pelo seu cliente, olhe para o seu negócio como um todo e crie uma estratégia digital que entregue novo valor



Se até 2019 a digitalização já era uma tendência para o agronegócio, 2020 tem acelerado ainda mais essa realidade, impulsionando a busca por implementação de inovações digitais. Com tantas novas oportunidades possibilitadas pela tecnologia, a indústria, juntamente com produtores e distribuidores, tem se questionado quanto às formas de entrada e a maior participação neste mundo digital. Muitos já possuem diversas iniciativas digitais e outros até já adaptaram seus produtos e servi-

ços para incluir as inovações tecnológicas ofertadas pelas mais de 1.000 startups existentes no País. Neste contexto, intensifica-se, também a procura pela tão falada Transformação Digital. Mas, afinal, o que é, de fato, uma transformação digital?

A transformação digital é um processo e vai além do desenvolvimento de tecnologias e parcerias com startups. Este processo é melhor detalhado pela Figura 1 e se inicia com o gatilho de mercado, ou seja, com os novos usos

da tecnologia, que modificam o comportamento e a expectativa do consumidor. Tais mudanças de mercado provocam respostas estratégicas por parte dos produtores, distribuidores, indústrias e outros agentes da cadeia. Esta Estratégia Digital vai direcionar o uso das novas tecnologias dentro de sua empresa, as parcerias a serem estabelecidas e as modificações internas da organização necessárias. A Estratégia Digital irá provocá-lo no sentido de "será que realmente preciso do serviço desta startup?"; "Preciso mesmo do

FIGURA 1 - O PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL




software x para a região que atendo?" "Meus clientes demandam uma interação mais digital?" Ou seja, ela será o seu direcionador para as principais mudanças na oferta de valor de seu negócio, fundamentada pelas principais motivações, dores e necessidades dos clientes que você atende.

Todo este processo é conhecido como Transformação Digital e tem como fim oferecer maior valor ao seu cliente ou até mesmo aumentar sua eficiência operacional e produtiva. Portanto, se você pretende iniciar um processo de transformação digital dentro de sua empresa, pense primeiramente em sua motivação, no perfil e nas demandas de seus clientes, bem como nas oportunidades que o mercado oferece. Antes mesmo de firmar parcerias ou contratar produtos / serviços digitais, avalie as mudanças na sua proposta de valor e avalie também as reestruturações internas necessárias ("Precisarei de uma pessoa dedicada à tecnologia?" "Será necessário capacitar colaboradores?" "Preciso mudar algum aspecto da minha operação?", entre outras reflexões de sua operação interna).

Pensando na realidade do agrodistribuidor, a Transformação Digital já vem ocorrendo, em estágios iniciais, com a implementação de plataformas ou parcerias para fornecer um serviço digital.

Contudo, neste ano de 2020, mais do que nunca, estas iniciativas necessitam ter um direcionamento e envolver toda a operação: produtos, serviços, atendimento e gestão. Para isso, é necessário que o agrodistribuidor tenha de forma clara sua principal motivação para implementar um processo de transformação digital. Caso a motivação seja apenas replicar a atuação de um concorrente, as chances de sucesso diminuem. A motivação correta para um processo de transformação digital está centrada no cliente e em como oferecer valor diferenciado inspirado nas novas tecnologias. A partir disso, identificar as reais necessidades do cliente torna-se ainda mais importante. Tendências já muito presentes no dia a dia do agrodistribuidor, a venda de valor e o papel do vendedor agora se aceleraram com o contexto da COVID-19 e da digitalização do campo. Em suma, a transformação digital contempla a transformação do negócio como um todo, centrado no cliente e inspirado na tecnologia. Para que obtenha sucesso em sua transformação, o agrodistribuidor deve ter em mente o papel do vendedor para identificar as necessidades dos clientes e utilizá-las para elaborar uma estratégia digital. Com ela, é possível remodelar a oferta de produtos e serviços, bem como capacitar seus colaboradores para o mundo digital e incentivar a cultura da organização para a inovação digital.

Portanto, sim, a transformação digital é para você! Comece pelo seu cliente, olhe para o seu negócio como um todo e crie uma estratégia digital que entregue novo valor! A partir desta estratégia, acione sua rede de parceiros e identifique quais alterações internas serão necessárias para ofertar este valor! 

Ana Gabriela Mantovani

Experiência em Planejamento Estratégico, Gestão de Território e Acesso a Mercado. Desenvolveu projetos e programas de capacitação nas áreas de venda de valor e experiência do consumidor. É mestrande pela FGV em estratégias de multinacionais e de transformação digital. Possui especialização em análise de dados pela ESPM e é graduada em Administração de Empresas pela FEA-RP/USP.



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) 3466.6666 / (11) 3034.3316

Oito produtos que não podem faltar na revenda

A importância do planejamento e da organização do estoque nas lojas





O agronegócio é um setor de extrema importância para a economia do Brasil. O seu Produto Interno Bruto (PIB) representa quase um quarto da atividade econômica do País. Nesse cenário, os produtores rurais e pecuaristas precisam ter sempre à disposição equipamentos, materiais e alimentos da melhor qualidade. Para isso, eles contam com as revendas agrícolas e os distribuidores. A fim de que a revenda atenda à expectativa e às necessidades dos produtores rurais, é preciso que o revendedor esteja preparado. Mas quais produtos são essenciais para todo revendedor ter sempre em estoque? Como se planejar para as épocas de plantio e colheita?

Preparação e organização são o segredo para que a sua revenda agrícola tenha sempre todos os produtos em estoque. Para garantir um bom planejamento, é importante que o lojista tenha conhecimento sobre quais as características da região e a sazonalidade das culturas. O revendedor tem que sempre ter os produtos ligados à

época em que o produtor vai realmente procurar. Então, ele precisa estar atento aos períodos de plantio de cada região e se preparar antes. Além disso, é necessário ter os insumos específicos para aquela temporada. O engenheiro-agrônomo indica, ainda, que o revendedor disponibilize os produtos com pelo menos 30 dias de antecedência em relação ao início da época em que o produtor precisará deles. Contudo, a negociação com o fornecedor pode e deve iniciar de três a quatro meses antes. Esse tempo varia de acordo com a proveniência do produto.

Mas como saber de quais itens você precisará para cada uma das épocas? A resposta é: pesquisa. Além de conhecimento técnico sobre agricultura, pecuária e clima, é preciso conhecer as necessidades dos fazendeiros da região. A melhor forma de conhecê-las é conversando com eles e com os seus fornecedores. É possível, também, entrar em contato com associações, sindicatos e outras organizações que



Accessórios para máquinas agrícolas: conheça os equipamentos e as marcas mais comuns de máquinas que os seus clientes utilizam.



Arares: a preferência por certo modelo, como liso ou farpado, é uma questão regional.

conglomeram produtores rurais e com profissionais que prestam assistência técnica na região. Dessa forma, o revendedor fica por dentro das principais tendências do setor, conhece melhor os produtos e ainda fica sabendo das novidades do mercado. É preciso fazer uma coleta de informações no dia a dia para saber qual é a tendência ou se há um produto novo. O revendedor tem que estar atento à associação de produtores e participar de feiras e eventos para se atualizar.

Dicas para organizar o estoque - Para que o cliente volte à sua loja, é preciso atenção a alguns fatores, como estoque e organização dos artigos na revenda, além, claro, de um bom atendimento. Desse modo, para fidelizar seu público, é preciso oferecer aquilo que ele deseja já na sua primeira visita. Ou seja, é necessário ter um estoque mínimo dos produtos, principalmente daqueles que apresentam maior demanda durante determinada época. É preciso manter a loja sempre organizada. Uma dica é dispor os produtos por setores. Por exemplo, produtos voltados à pecuária, linha agrícola, ferramentas, sementes, uma seção com to-

dos os arames, e assim por diante. Uma boa apresentação garante uma boa impressão da loja, o que é muito importante.

Os produtos que sempre devem ter na revenda agrícola - Com planejamento, é possível conhecer as necessidades do consumidor e, conseqüentemente, identificar qual é a melhor forma de organizar o estoque. Reuni oito produtos que, independentemente da região da revenda, não podem faltar na loja. Confira a lista.

SEMENTES

Conhecendo o que se planta em cada época é mais fácil manter o estoque preparado para o plantio da sua região. Por exemplo, na região Centro-Oeste, principalmente nos estados de Goiás e Mato Grosso, há uma grande procura por sementes de milho, arroz e feijão. Nesse caso, o calendário de plantação inicia em janeiro para terminar o plantio em junho. Desse modo, é importante compreender quanto tempo antes o fazendeiro buscará tal produto, para que a revenda não fique sem ele no estoque. No exemplo citado, é muito provável que o produtor procure as sementes no final do ano anterior, no início da plantação.

INSETICIDAS, HERBICIDAS E FUNGICIDAS

É importante que a equipe de vendedores esteja preparada para conhecer uma série de fungos e pragas que podem atacar as plantações dos fazendeiros locais. Assim, será possível ajudar na identificação do que exatamente tem comprometido o desempenho do negócio e indicar a melhor solução para o problema.

ADUBOS E FERTILIZANTES

Os fazendeiros sempre precisam de adubos e fertilizantes nas épocas de plantio. Afinal, para garantir a colheita em quantidade expressiva, as plantas precisam de uma quantidade significativa de nutrientes. A função do adubo e dos fertilizantes é garantir que o vegetal receba a porção correta. Por existirem diferentes tipos de adubos disponíveis, é interessante que os vendedores saibam fazer o cálculo, a fim de auxiliar o produtor a definir qual é a quantidade de adubo ou fertilizante necessária para a sua propriedade.

ARAMES

A escolha do arame para um determinado lote está diretamente ligada à topografia da região e ao tipo de pecuária ali realizada. Além disso, a preferência por certo modelo, como liso ou farpado, também é uma questão regional. O cercamento da propriedade é de extrema importância para garantir a segurança. Seja para evitar que os animais fujam (nesse caso, é importante saber a carga de ruptura de cada arame), seja pela preservação do local contra invasões no terreno.

UTENSÍLIOS E FERRAMENTAS PARA A MONTAGEM DE CERCAS

Além dos arames, é preciso ter no estoque grampos, balancinho, tela, britadeira, enxada, foice, martelo, alicate e outros acessórios e utensílios necessá-

rios para a instalação de cercas. Esses itens devem sempre fazer parte do estoque da revenda agrícola, pois não há sazonalidade para realizar o cercamento de lotes.

EQUIPAMENTOS DE MONTARIA

No caso dos equipamentos de montaria e para os próprios cavalos, o objetivo é proporcionar a proteção e a agilidade no manejo do animal. Entre os equipamentos para o cavalo estão a marita, o cabresto e a sela, por exemplo. Já para os cavaleiros, é necessário garantir botas, chaparreiras e protetores de coluna disponíveis em estoque. A qualidade desses itens é ainda mais necessária para suportar e proteger o animal e o fazendeiro em caso de acidentes, garantindo, assim, sua segurança.

ACESSÓRIOS PARA MÁQUINAS AGRÍCOLAS

Problemas em equipamentos agrícolas podem surgir a qualquer momento. Consequentemente, seu cliente precisará que você tenha os itens que ele precisa para que a sua dor seja solucionada o mais breve possível. Conheça os equipamentos e as marcas mais comuns de máquinas que os seus clientes utilizam em suas propriedades. Assim, você conseguirá proporcionar um atendimento mais personalizado e eficiente.

MEDICAMENTOS VETERINÁRIOS

Se a sua ideia é atender também pecuaristas, medicamentos veterinários não podem ficar de fora do estoque. Ter uma diversificação desses itens é fundamental para o sucesso da sua loja. Na maioria das vezes em que o produtor busca por um medicamento, ele tem urgência em solucionar o problema. Ou seja, ele precisa levar o remédio correto naquele momento. Além disso, esteja atento às informações da Secre-



Inseticidas, herbicidas e fungicidas: é importante que a equipe de vendedores esteja preparada para conhecer uma série de fungos e pragas.

taria de Agricultura sobre as épocas de campanhas de vacinação.

A importância do atendimento na revenda agrícola - Ter disponível o produto que o seu cliente precisa não é o suficiente para que ele retorne à sua loja. É necessário estabelecer um relacionamento de confiança com o consumidor. O mais importante de tudo é a qualidade do vendedor. Ele precisa ter e transmitir segurança em relação àquilo que está falando. Por isso, é importante ter bons parceiros. Opte por fornecedores que realizam treinamentos periódicos sobre os seus produtos. Afinal, não basta ter produtos de qualidade se os vendedores não dominam o funcionamento e o objetivo de cada um dos itens disponibilizados pela revendedora. Assim, conforme o especialista vai conversando com o cliente e compreendendo suas

necessidades, ele poderá indicar o produto que resolverá o problema do consumidor.

Quando o vendedor entende do que está falando e do produto, é muito mais fácil realizar uma negociação. O vendedor precisa estar ali para atender o produtor, e não simplesmente vender. Resumindo, para que a sua revendedora tenha sucesso, é preciso ter os produtos certos para quando os fazendeiros precisarem. E mais do que isso, sua loja precisa estar organizada e os vendedores devem transmitir segurança na hora de apresentar soluções para o usuário. Depois de ter todos esses produtos, é hora de fazer uma boa gestão de estoque. Então, não deixe de ter um ambiente organizado, completo e com os produtos corretos. AR

Celso Lauer - Engenheiro-agrônomo e representante comercial da Belgo Bekker

Capal amplia marca de sementes

Cooperativa de Arapoti (PR) atua há seis décadas e acaba de investir em uma unidade de beneficiamento de sementes




Variedades de aveia, feijão, entre outras, para atender o mercado no Paraná e em São Paulo.

A CAPAL está lançando a sua mais nova marca de sementes, ampliando o catálogo de produtos da cooperativa, que já atuava nas sementes de soja e trigo. Agora, também estará presente no mercado com aveia e feijão, entre outras culturas. A marca visa a atender ao mercado em geral, inicialmente Paraná e São Paulo, estados onde a cooperativa está presente. Ao todo, serão produzidas 750 mil sacas por ano. O lançamento da CAPAL Sementes é parte de uma estratégia da diretoria executiva, que comprou, em dezembro do ano passado, uma Unidade de Beneficiamento de Sementes (UBS) no município de Wenceslau Braz (PR). O empreendimento, com

capacidade de produzir 600 mil sacas (40 kg) por ano, nas safras de verão e inverno, somou-se ao know-how que a CAPAL tem, de 150 mil sacas.

A área construída da unidade é de mais de sete mil metros quadrados. O presidente-executivo da CAPAL, Adilson Fuga, afirma que a nova marca auxiliará a cooperativa a se fortalecer no mercado de sementes, elevando o número de players de venda ao setor. "Assim, beneficiamos o trabalho de nossos associados e conseguimos ampliar a nossa presença no mercado", destaca. Além de sementes, a CAPAL tem como marcas próprias rações para cães, bovinos (de corte e leite), aves e suínos; o Transportador

Revendedor e Retalhista (TRR) de combustível; o posto de combustível; as lojas agropecuárias; e as marcas de café Robusto e Jucafé.

A CAPAL tem mais de três mil associados, em 20 unidades de negócios no Paraná e em São Paulo. A cadeia agrícola responde por cerca de 70% das operações da cooperativa, produzindo mais de 640 mil toneladas de grãos por ano, entre soja, milho, café e trigo. A área ultrapassa os 140 mil hectares. O volume de leite negociado mensalmente é de nove milhões de litros, proveniente de 360 produtores. A cooperativa comercializa mais de 27 mil toneladas de suínos vivos. 

morgansementes.com.br



MORGAN

GENÉTICA DE RESULTADOS,
HÍBRIDOS CAMPEÕES




MORGAN[®]

INVISTA NA EFICIÊNCIA

Nouryon lança dispersante sustentável




Agrilan® 1015 - Alternativa sustentável aos dispersantes do mercado.

A Nouryon, empresa de especialidades químicas, lançou um dispersante biodegradável e multifuncional que pode substituir produtos menos sustentáveis nas formulações de proteção de culturas à base de água e tratamento de sementes. É o Agrilan® 1015, uma alternativa sustentável aos dispersantes disponíveis no mercado, que têm passado, cada vez mais, por minuciosas investigações por seus efeitos ambientais. Os dispersantes são usados em formulações agrícolas e são essenciais para ajudar a dissolver mais facilmente os ingredientes ativos em uma determinada solução. No entanto, a maioria dos produtos disponíveis, como os baseados em Trietilfenol (TSP), não é biodegradável e persiste no meio ambiente. "Nossos clientes estão demandando soluções dispersantes mais sustentáveis para suas formulações agrícolas", afirma Ignacio Garin, vice-presidente de Especialidades Agrícolas da Nouryon. 

Forseed: novo portfólio de híbridos

A Forseed reforça o seu posicionamento no novo portfólio de híbridos de milho para a safra 2020/2021. Com o conceito "Para acertar na semente tem que ser específico", a marca amplia sua gama de produtos e soluções com quatro lançamentos, totalizando 20 híbridos, que vêm fortalecidos com a tecnologia PowerCore™ Ultra (PWU), proporcionando mais segurança às lavouras. Entre as novidades, estão os precoces FS564PWU, FS670PW

e FS575PWU, e o superprecoce FS403PWU, que trazem genética de ponta e tecnologia empregada para maior produtividade no campo, com estabilidade e sanidade. "Queremos atender às necessidades de cada microclima, solo, pressão de pragas e doenças. Contribuir com o avanço da agricultura de maneira qualitativa e sustentável", afirmou Aldenir Sgarbossa, presidente da LongPing High-Tech no Brasil e na América Latina. 



Híbridos de milho para a safra 2020 - 2021.

FORSEED PARA ACERTAR NA SEMENTE TEM QUE SER ESPECÍFICO



forseedsementes.com.br



FORSEED

Certo é ser específico

Cocamar produz fertilizantes foliares

A marca Viridian compreende 13 fertilizantes foliares líquidos, quatro adjuvantes para soja, milho e trigo, e será oferecida em embalagens de um a mil litros



Cocamar: 15 mil cooperados em três estados e previsão de faturamento de R\$ 5,8 bilhões em 2020.

A Cocamar Cooperativa Agroindustrial anunciou que está entrando no segmento de produção de fertilizantes foliares e adjuvantes. Com a marca Viridian (verde, do latim viridis), a nova linha de produtos compreende 13 fertilizantes foliares líquidos e quatro adjuvantes para soja, milho e trigo. E será oferecida em embalagens de um a mil litros. A novidade foi divulgada internamente entre os pro-

dutores na campanha de antecipação de compras de insumos para a safra de verão 2020/21, em maio passado. A Cocamar mantém um diversificado parque industrial em Maringá (PR), no norte do estado, possui mais de 15 mil produtores cooperados atendidos no Paraná, em São Paulo e Mato Grosso do Sul. "A Cocamar pretende ser ainda mais assertiva no compromisso que mantém junto aos produtores, de le-

var as melhores práticas e tecnologias para aumentar a média de produtividade das lavouras", afirmou o presidente Divanir Higino.

Há anos, produzir foliares fazia parte dos planos da cooperativa e constava do planejamento estratégico 2015/2020. "Depois de analisar a viabilidade a partir da realização de estudos detalhados de mercado, lançamos

mão de nossa expertise industrial para estruturar uma equipe especializada e de grande experiência na área, investir em modernos equipamentos, logística e selecionar os melhores fornecedores de matérias-primas. Como em tudo que fazemos, nosso objetivo é oferecer produtos de alta qualidade”, reforçou Higino. O presidente ainda mencionou que, como a nova operação estava prevista para começar no primeiro semestre de 2020, a pandemia do novo Coronavírus não chegou a alterar os planos.

Fundada há 57 anos, a Cocamar Cooperativa Agroindustrial, uma das principais cooperativas agropecuárias brasileiras, atua com uma rede de 87 unidades de atendimento em três estados. Além de soja, milho e trigo, opera também no recebimento de laranja e café, e conta com um parque industrial que produz itens prontos para o consumo (óleos vegetais, cafés, néctar de frutas, bebidas a base de soja, maioneses, molhos e farinha de trigo), além de álcool doméstico, rações animais, suplementos minerais, farelos, fios têxteis, madeira tratada e, agora, também fertilizantes foliares e adjuvantes. Em 2019, seu faturamento foi de R\$ 4,6 bilhões e a previsão para 2020 é chegar a R\$ 5,8 bilhões.

De acordo com o superintendente de Negócios da cooperativa, Anderson Bertoleti, foram investidos sete milhões de reais para estruturar a nova planta, que terá capacidade para seis milhões de litros por ano. “Outros três milhões de reais estão programados para o próximo ano, quando passaremos a produzir também foliares sólidos”, adiantou. “Já estamos revisando o projeto para a implementação da segunda fase, que é a produção de sólidos solúveis. Nossa proposta é a inovação tecnológica de precisão no processo, em que o diferencial é a automação. E a nova planta

conta com laboratório para pesquisa de fertilizantes, focada no desenvolvimento de novos produtos”, disse a gerente executiva industrial, Valquíria Demarchi Ams. “Estamos ampliando o portfólio com mais um item próprio”, afirmou o gerente executivo de Insumos, Geraldo Amarildo Ganaza, ao ressaltar que a confiança dos cooperados é transferida para os novos produtos. “Tanto que começamos a comercializar os foliares mesmo sem um lançamento oficial da marca e em plena pandemia”, reforçou.

A nova indústria é a segunda a ser finalizada em 2020 pela Cocamar. A primeira foi a unidade de produção de rações, também no parque industrial da cooperativa, inaugurada no início de fevereiro. O engenheiro químico Miguel Ubirajara Carneiro Júnior, graduado em 1979 pela Universidade Estadual de Maringá (UEM), é o responsável pela nova indústria e participou diretamente da sua estruturação. Sua trajetória profissional de quatro décadas compreende a implantação de várias unidades industriais semelhantes no Paraná e a prestação de serviços de consultoria na área para diversas corporações.

“Plantas bem nutridas apresentam, naturalmente, um diferencial de produtividade”, comentou o engenheiro-agrônomo Ruben Brito, contratado pela Cocamar para responder pela área de Desenvolvimento de Mercado de Foliares e que atua nessa área há oito anos. Ele lembra que estudos desenvolvidos por diversas instituições de pesquisa, entre elas a Embrapa (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária), apontam para um percentual de ganho acima de 10%, em média. Segundo Brito, nem sempre as plantas conseguem absorver os nutrientes disponíveis no solo e a complementação se faz necessária, o que, ao final, vai representar mais rentabilidade e competitividade. “É preciso que o produtor

“Tudo para o produtor aumentar a média de produtividade das lavouras.”

siga as orientações de um profissional capacitado, pois as condições podem variar de uma propriedade para outra. Pelos resultados que oferecem, os foliares vêm conquistando espaço rapidamente na agricultura brasileira. Este é um mercado em forte expansão, que cresce 20% por ano, em média”, acrescentou. O gerente executivo técnico da Cocamar, Renato Watanabe, relatou que, em paralelo à reconhecida expertise e à segurança oferecida pela equipe responsável pela nova indústria, os produtos foram amplamente testados e validados a campo, com resultados que atenderam às expectativas. **AR**



Divanir Higino da Silva, Presidente da Cocamar.

Viter é a marca de insumos da Votorantim

Empresa lança linha Optmix, mix de calcário e gesso que renova o potencial produtivo do solo até as camadas mais profundas



Viter, nova marca da unidade de negócios de insumos agrícolas da Votorantim.

A Votorantim Cimentos apresentou ao mercado Viter, a nova marca da unidade de negócios de insumos agrícolas. A nova identidade reforça a estratégia da companhia de ampliar a sua atuação no agronegócio, aproximando-se ainda mais do produtor rural brasileiro. Trabalhando com o já consolidado 'calcário agrícola', a empresa vem investindo mais fortemente no mercado agro desde 2016. Atualmente, a Votorantim

Cimentos é líder na comercialização de calcário agrícola no Brasil e a única empresa com presença nacional.

O plano da unidade de negócios Viter é aumentar o seu portfólio de soluções agrícolas e se firmar como o melhor parceiro do agricultor, seguindo com a oferta de produtos de qualidade e assistência técnica. Junto com a apresentação da nova marca, a empresa

também anuncia o lançamento da nova linha Optmix, mix de calcário e gesso que renova o potencial produtivo do solo até as camadas mais profundas, em uma única aplicação. "Viter significa mais vida e vigor para a terra, pois acreditamos que o solo do nosso cliente pode mais. Nosso propósito é perpetuar o potencial máximo do solo do agricultor, garantindo a sustentabilidade da produção. O solo é a base

da boa produtividade de uma lavoura e esse é o nosso foco”, afirmou o gerente geral de Viter, Laercio Solla.

Sem o cuidado constante com o solo, o potencial produtivo não acontece. Daí surgiu o propósito da Viter: despertar e perpetuar o potencial máximo do solo. Seus produtos têm origem garantida, corrigem a acidez, promovem a liberação de nutrientes em profundidade, proporcionam maior aeração e favorecem o desenvolvimento das raízes. Viter também disponibiliza assistência técnica para análise e entendimento do solo, tanto na aplicação quanto na compreensão das tendências. Os produtos da nova marca atuam em todas as camadas do solo, com três linhas de corretivos e nutrientes: Optmix, Calcário Itaú e Cal fértil.


A Votorantim Cimentos é líder na comercialização de calcário agrícola no Brasil e a única empresa com presença nacional. A produção de insumos agrícolas da companhia está distribuída em dez fábricas no Brasil. Nas regiões Norte e Centro-Oeste, a unidade de negócios Viter está presente nas cidades de Nobres (MT), Xambioá (TO) e Sobradinho (DF). A região Sudeste é abastecida pelas fábricas de Itapeva (SP), Salto de Pirapora (SP), Itaú de Minas (MG) e Paracatu (MG). Na região Sul, a unidade produtiva está em Rio Branco do Sul (PR). No ano passado, a empresa anunciou um plano de investimentos de R\$ 200 milhões para os próximos cinco anos, incluindo o desenvolvimento de novos produtos e o aumento da capacidade de produção, que subiu de 3,3 milhões de toneladas/ano, em 2019, para as atuais 4,3 milhões de toneladas/ano de insumos agrícolas, comercializados com as marcas Calcário Itaú, Cal fértil e Gesso Itaú.



Laercio Solla, gerente Geral Viter.

Em 2019, a Votorantim Cimentos concluiu a construção de uma nova linha de produção de calcário agrícola em Nobres (MT), ampliando a capacidade de produção de insumos agrícolas da unidade de 250 mil para um milhão de toneladas por ano. Com a ampliação, a unidade se tornou uma das maiores em produção de insumos agrícolas no Brasil, ao lado da unidade de Itaú de Minas (MG), que também possui capacidade de produção de um milhão de toneladas por ano. A fábrica de Nobres (MT) recebeu investimentos de R\$ 42 milhões para a linha de calcário agrícola convencional. Adicionalmente, a fábrica foi capacitada para produzir dois

novos produtos: a linha Optmix e o calcário filler, de alta performance.

Para 2020, a capacidade produtiva terá um adicional superior a um milhão de toneladas. São 600 mil toneladas de fertilizantes minerais mistos, sendo 200 mil toneladas em Nobres (MT), 200 mil toneladas em Xambioá (TO) e 200 mil toneladas em Itapeva (SP). E outras 470 mil toneladas de calcário, com 350 mil toneladas em Itaú de Minas (MG) e 120 mil toneladas em Xambioá (TO). A área de insumos agrícolas tem grande sinergia com a operação de cimentos, pois permite o melhor aproveitamento dos recursos minerais e infraestrutura, além do compartilhamento de distribuição logística. 

Optmix

Partindo dos seus produtos principais, é o lançamento da Viter, que otimiza o potencial produtivo do solo em uma única aplicação com cálcio, magnésio e enxofre, proporcionando praticidade e eficiência.

Calcário Itaú

Referência em alta pureza, eficiência e economia para renovar o potencial produtivo do solo.

Cal Fértil

Acelera a renovação do solo, com imediata disponibilidade de alto teor de cálcio, magnésio e nutrientes. Pode ser aplicado no pré-plantio, pós-plantio e cobertura.



**NOSSOS CANAIS
FALA CARLÃO**

- /CARLÃOODAPUBLICUE
- @FALACARLÃO
- /CARLÃOODAPUBLICUE
- /CARLÃOOPUBLICUE
- /CARLOS-GILVA-2550565

**NOSSOS CANAIS
RECALCULANDO**

- /RECALCULANDOCARLÃO
- @CANALRECALCULANDO
- /CANALRECALCULANDO

Para contratar, ligue ou envie WhatsApp:
(11) 9 9364 1398 com Amanda

RECALCULE A SUA VIDA E DE SUA EMPRESA

SEU EVENTO ON-LINE COM ENERGIA DE PRESENCIAL

FAÇA COMO BRADESCO, DSM, SYNGENTA, STOLLER, CORTEVA, VETOQUINOL, OUROFINO, YARA FERTILIZANTES, VIRBAC, REDE ILPF, LABGARD, AGROSS, BIOGÊNESIS BAGÓ, GRUPO CONECTA, FMC, REAL H, TROUW NUTRITION, ASBRAM, ABCB SENEPOL E DIVERSAS EMPRESAS DO SETOR, CONTRATE AS PALESTRAS MOTIVACIONAIS, CURSOS E APRESENTAÇÃO DE PROJETOS ESPECIAIS DO CARLÃO DA PUBLICUE PELAS PLATAFORMAS RECALCULANDO E FALA CARLÃO.



Sindiveg elege nova Diretoria

Júlio Borges Garcia, da Iharabras Indústrias Químicas, é reeleito para triênio 2020-2023

O Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Defesa Vegetal (SINDIVEG) elegeu a nova Diretoria para o triênio 2020-2023. São 16 executivos de quatro empresas associadas que assumiram em maio deste ano. O presidente Júlio Borges Garcia (Iharabras Indústrias Químicas) e o vice-presidente João Sereno Lammel (Ouro Fino Agrociência) foram reeleitos para dar continuidade ao plano de reestruturação e fortalecimento da entidade, iniciado em 2019. "A nova Diretoria conta com executivos de larga experiência no setor de defensivos. Nossa agenda tem quatro pilares de atuação: consolidação do Marco Regulatório Federal, representação legítima do setor com base em dados econômicos e estatísticos, defesa institucional do setor por meio da comunicação e promoção do uso correto e seguro dos defensivos agrícolas", comentou o presidente reeleito, Júlio Borges.

As 27 associadas do Sindicato representam aproximadamente 40% do mercado de defensivos agrícolas no Brasil, geram 5.000 empregos diretos e 15.000 empregos indiretos. Seus investimentos em ativos fixos, ações de marketing e pesquisa e desenvolvimento totalizaram R\$ 354 milhões em 2019, o que representa um aumento de 3,4%, comparado a 2018. Júlio Borges ainda ressaltou que as empresas associadas são responsáveis pelo aporte de R\$ 548 milhões em pagamentos de impostos federais, estaduais, municipais e taxas regulatórias: "A confiança na continuidade do nosso trabalho e a responsabilidade de liderar um setor tão importante da economia, tendo como pares na diretoria um grupo de executivos de primeira linha, é gratificante e demonstra que estamos unidos para enfrentar todas as dificuldades durante e após a pandemia, e colaborar proativamente para o crescimento da agropecuária e do agricultor brasileiro".

“A promoção do uso correto e seguro dos defensivos agrícolas é um dos quatro pilares da atuação da diretoria do Sindicato.”

Júlio Borges Garcia,
presidente do Sindiveg



Júlio Borges Garcia, presidente do Sindiveg:
"A confiança na continuidade do nosso trabalho".

SINDIVEG

- # 27 empresas associadas | 40% do mercado de defensivos agrícolas
- # 5.000 empregos diretos | 15.000 empregos indiretos
- # Investimentos de R\$ 354 milhões em 2019 (ativos fixos, ações de marketing e pesquisa e desenvolvimento)
- # Aumento de 3,4% em comparação a 2018
- # R\$ 548 milhões pagos em impostos federais, estaduais, municipais e taxas regulatórias

Royal DSM firma parceria com Brasfeed Nutrição Animal

O objetivo é ganhar agilidade e capilaridade regional para distribuição da linha de Suínos e Aves



O Brasil deve bater o recorde de exportações de carne suína em 2020.


Com o objetivo de dobrar sua presença no Rio Grande do Sul, a Royal DSM, empresa global baseada em ciência para Nutrição, Saúde e Vida Sustentável, firmou parceria com a Brasfeed Nutrição Animal, que atua há mais de sete anos no segmento e que, recentemente, ampliou sua atuação para atender às novas demandas do mercado. Inicialmente, a Brasfeed atuará com a distribuição das linhas de Suínos e Aves em geral (postura comercial e frango de corte), ampliando os conceitos nutricionais por meio dos produtos de alta tecnologia, segurança e qualidade da DSM. A iniciativa propicia a centralização, em um único canal de distribuição, do atendimento pulverizado e personalizado, melhorando a agilidade e a proximidade com os clientes.

A parceria ainda possibilita a expansão das inovações nutricionais da DSM para outras regiões do Rio Grande do Sul. "Entendemos que o atual cenário

necessita de melhores performances produtivas para atender às necessidades da sociedade. Acreditamos que a ampliação da distribuição das linhas de Suínos e Aves em geral da DSM, que detêm aditivos fundamentais como enzimas, eubióticos, vitaminas e carotenoides, impulsionará o desenvolvimento do mercado da suinocultura e avicultura", disse Rodolfo Pereyra, diretor de nutrição e saúde animal para Brasil, Paraguai e Uruguai. "O propósito da companhia é dobrar sua presença no Rio Grande do Sul por meio de

um parceiro que corrobora o bem-estar animal e a sustentabilidade, indicadores essenciais para mantermos nosso posicionamento frente às inovações em nutrição animal, bem como aumentarmos a penetração da categoria junto aos produtores", completou.

Recentemente, a Brasfeed Nutrição Animal ampliou seu escopo de atuação capaz de levar tecnologias de alto desempenho para o mercado regional. "Com a parceria, vamos oferecer produtos customizados para os produtores. Essa união nos traz ganhos consideráveis, garantindo matérias-primas de qualidade. A DSM é uma das maiores empresas do mundo e está totalmente alinhada ao nosso foco. Possuímos os mesmos valores e buscamos oferecer ao mercado o que existe de melhor em nutrição animal", referendou Luis Carlos Peruzzo, diretor da Brasfeed.

Reestruturada. A manutenção de recursos onerosos de terceiros financiando a atividade deve ser temporária. 



O Brasil é o maior exportador de carne de frango do planeta.

Colmeia Viva foca na distribuição

Movimento firmou acordo de cooperação com a Andav para orientação sobre agricultura, apicultura e defensivos agrícolas




A coordenação do Movimento Colmeia Viva quer encerrar 2020 com, pelo menos, 70% do canal de distribuição de defensivos agrícolas, sobretudo distribuidores e cooperativas, estimulados a compartilhar medidas de proteção a abelhas no ambiente rural. A missão é promover o uso correto dos defensivos, proteger os cultivos e contribuir para a garantia do direito básico à alimentação das pessoas. "Temos por causa central aproximar a agricultura da apicultura, o agricultor do apicultor. A relação construtiva entre ambos é a chave da proteção eficaz dos cultivos e da preservação de abelhas", resumiu Daniel Espanholetto, médico-veterinário especialista no uso correto e seguro do movimento.

O Colmeia Viva e a Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários (Andav) mantêm um acordo de cooperação. A Associação dos revendedores soma esforços para mobilizar suas associadas na difusão de

serviços prestados a agricultores e apicultores. "A Andav incentiva o distribuidor a orientar o agricultor sobre abelhas desde o momento da venda até a entrega de produtos. O receituário agrônomo deve trazer em seu conteúdo orientações e medidas-chave para proteger as abelhas nas aplicações de produtos. A construção de uma agricultura mais sustentável é o princípio da longevidade das associadas", resumiu Paulo Tibúrcio, presidente da Andav. A entidade estimula, ainda, o distribuidor a recomendar o serviço de Assistência Técnica Colmeia Viva. Pelo telefone 0800 771 8000, o movimento presta atendimento técnico especializado e viabiliza programas de treinamento a agricultores, apicultores e empresas do agro, inclusive no campo.

Outra ferramenta estratégica é o Colmeia Viva APP, um aplicativo gratuito disponível nas lojas virtuais. O agricultor e apicultor conversam em tempo real. O primeiro se cadastra, demarca área e avisa quando haverá aplicações

de produtos. O segundo registra seu apiário e informa onde estão suas colmeias. Se estiver posicionado em um raio de seis quilômetros da lavoura, o apicultor recebe um aviso e decide a melhor forma de proteção. A expressiva redução nos relatos sobre mortalidade de abelhas aos canais do Colmeia Viva, medida no ano passado, destacou-se entre os principais resultados do movimento, desde seu início, em 2014.

"O distribuidor é um extensor de tecnologia e de boas práticas agrícolas. Por intermédio dele, a Andav também fomenta a formalização da atividade apícola em todo o Brasil. Esta medida é essencial para a construção de uma relação cada vez mais produtiva e sustentável entre agricultura e apicultura", explicou Tibúrcio. São alvos prioritários do Colmeia Viva as áreas agrícolas da Bahia, de Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, do Paraná, de São Paulo, do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina. 



ColmeiaViva®

MOVIMENTO COLMEIA VIVA PROTEGE ABELHAS E CULTIVOS.

Colmeia Viva Assistência Técnica é uma iniciativa do setor de defensivos agrícolas. Acessível pelo telefone 0800 771 8000, gratuito, o serviço atende agricultores e apicultores de todo o País.

Colmeia Viva Assistência Técnica protege abelhas e cultivos, pela difusão das boas práticas agrícolas e pelo incentivo ao diálogo entre agricultura e apicultura.

Saiba tudo sobre como promover uma relação mais produtiva entre agricultura e apicultura no site:

ENTRE EM CONTATO

0800 771 8000

www.colmeiaviva.com.br

Atendimento em todo território nacional, todos os dias, das 7h00 às 19h00.



ColmeiaViva®

Siga-nos nas redes sociais:



Entidades apoiadoras:

Aprosoja, Andav, Sindag, CesaPampa e Cecafé

Governança

Signatárias



O retrato da agricultura digital brasileira

Pesquisa inédita mostra o estágio dos investimentos feitos nas fazendas e os desafios para 2020 – 2030.



FALANDO DE
Bichos
TUDO DE PET. TUDO DE BOM.

A estreia no Instagram

O Falando de Bichos estreia sua versão audiovisual na rede Instagram com lives, vídeos divertidos, enquetes com gente e pets interessantes e divertidos.

Pet Mercado O sucesso das aves de estimação

Nascidos Para Criar
Carla Serran do Canil Geant de Chloe

Fino Trato
Unhas ou garras, como cuidar?



Entrevista

Paulo Tibúrcio, Presidente da ANDAV

A Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários está de cara nova e garante ao revendedor do futuro conhecimento, gestão e diferenciação em prestação de serviços e portfólio competitivo.

Consolidação

Movimentação das empresas brasileiras e internacionais é intensa em 2020 e busca ocupação de espaços, rentabilidade e digitalização.



Biológicos

A revolução já é realidade. Ganhou um programa nacional, movimentou bilhões de reais em fusões, aquisições e interações de negócios.

Semente de soja avança sem parar

Mercado cresce 7,5% e movimentou mais de R\$ 11 bilhões na safra 2019 - 2020.



Distribuição Brasil

Bionematizada, nutrição, herbicidas. A prateleira das vendas está cada vez mais farta e variada.

Marcas e Revendas

Parcerias crescem e comprovam: indústria boa é aquela que o produtor conhece.



Mercado de fertilizantes especiais cresce 7,7%

E os distribuidores são chaves na comercialização, com quase metade das vendas em foliar, organominerais para solo e orgânicos para solo.

O Branco que vale ouro!

Algodão brasileiro domina 1,7 milhão de hectares, cresce mais de 40% em três anos e turbinou vendas e negócios em lojas de insumos, distribuidores e cooperativas.



Empreendedorismo
A onda das empresas
Pet Friendly SEBRAE

Revenda PET
AgroCampo Pet

A revenda agropecuária que atende toda a região do Triângulo Mineiro e Vale do Paranaíba.

Entrevista
Planos de Saúde
para animais

Artigo Técnico
Socialização dos
pets em casa

Dicas sobre como promover a amizade dos seu cão com outros animais.

Meu Selvagem Favorito
Harpia, a maior ave de rapina do mundo

Tela Animal
Filme Rio, a saga de Blue

Animal Sensacional
Tucson Prime, o garoto
propaganda da Hyundai

TUDO EM VOCÊ É AGRO.

TUDO QUE TEM NO LANCHE QUE VOCÊ MAIS GOSTA, VEM DO AGRO.
COMO TAMBÉM A ROUPA QUE VOCÊ VESTE, O SAPATO
QUE VOCÊ CALÇA, 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 1968.

Vem aí uma ação que **vai beneficiar todo o setor de revendas agropecuárias.**



A **IHS Markit**, em parceria com a **Plataforma AgroRevenda**, uma empresa do **Grupo Publique**, vai abrir um canal de comunicação com você, assinante da **Revista AgroRevenda**.

Será realizado, em breve, uma pesquisa para entender e captar as necessidades de melhoria da Revista em benefício do seu negócio. Serão conteúdos exclusivos e de excelência na troca de informações.

Entraremos em contato com você, aguarde!

Maiores informações sobre a IHS Markit,
acesse o site: www.ihsmarkit.com



AgroRevenda
A Plataforma de Informação do Setor

PARCEIRO SOESP TEM:



SUORTE ESPECIALIZADO



R.T.V.S REGIONAIS



LOGÍSTICA ÁGIL



PRODUTOS CERTIFICADOS

Engenheiros agrônomos do primeiro contato até o pós-venda, workshops, palestras e treinamentos. Departamento qualificado de logística, preparado para atender toda a América Latina. Sementes com rastreabilidade e rigorosamente avaliadas. Estas são algumas das vantagens que a SOESP pode oferecer ao seu negócio e à sua equipe.



VAMOS JUNTOS?

Entre em contato conosco agora e conheça mais vantagens de trabalhar com a única semente de pastagem blindada pela tecnologia.



Aponte a câmera do seu celular para o código ou ligue: (18) 3902-9999



Associada Rede ILPF



WWW.SEMENTESOESP.COM.BR

