AR88 | Ano XVI

AgroRevenda

A Plataforma de Conteúdo da Distribuição Agro

GRUPO PUBLIQUE
PRESENÇA TOTAL NO AGRO

Agro Amazônia é a rota do sucesso

O maior distribuidor de insumos agropecuários do Brasil cresce 45% e planeja chegar a 2024 com 65 lojas.

Roberto Motta, Presidente/CEO da Agro Amazônia

Falando de Bichos
Pet Society: uma gigante do segmento

Entrevista
José R. Mendonça de Barros: "Brasil muda muito devagar"

Os Líderes Falam
Paulo Souza, presidente da Cargill

Liderar e evoluir
Luis Xavier Rojas, presidente da Zoetis

examina.ourofinosaudeanimal.com

Programa de Sanidade Animal

Examina

Produz Nutre Trata Controla Apoia Gestão

Qualidade e rentabilidade para obter o melhor para sua produção.

Examina é o programa da Ourofino que promove a evolução e o crescimento sustentável no campo, conectando o produtor à máxima produtividade dentro da fazenda. O programa oferece serviços personalizados, contribuindo para toda a cadeira produtiva.

Faça parte do programa Examina e leve toda essa inovação para sua fazenda.

ourofino
saúde animal

CAIRO RODRIGUES / PUBLIQUE BANCO DE IMAGENS

Olá, leitor!

2021 avança e o Agronegócio segue apartado do Brasil.

O País escorrega na pandemia e no desacordo.
E o setor vai acelerado.

Esta edição mostra o trabalho que não pode parar.

Fazenda, Revenda, Distribuição, Canais e Indústria.

Tecnologia, crédito, distribuição, novos conceitos, inovação, investimento, gestão, presença feminina, sustentabilidade, história e negócios.

Produzir é preciso!

Comunicar, também.

Boa leitura!

Riba Velasco
EDITOR

AgroRevenda
A Plataforma de Informação do Setor

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

EDITOR: **Riba Velasco** | MTb 2.368

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

REDAÇÃO FALANDO DE BICHOS: **Márcia Benevenuto**
marcia@publique.com
(34) 9.9186.9082 | Skype: marcia_4874

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

AGRO DIRETORA COMERCIAL: **Patrícia Opik**
patricia@publique.com
(11) 9.9624.3377 | Skype: patriciaopik

AGRO APRESENTADORA E GESTORA DE PROJETOS ESPECIAIS: **Helô Dalcin**
helo@publique.com
(11) 9.9606.4161 | Skype: heloise_dalcin

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

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

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

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

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

AGRO GESTORA DE MARKETING DIGITAL: **Ana Flávia Lourenço**
ana@publique.com
(34) 9.8879.1373 | Skype: live:.cid.6524b04dfcc8d19e

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

AGRO DIRETORA DE ARTE **Lavínia Carvallho**
lavinia@publique.com
(34) 9.9873.0505 | Skype: lavinia_carvalho2@hotmail.com

AGRO EDITORA DE VÍDEOS: **Fany Michel**
fany@publique.com
(34) 9.9911.0536| Skype: fany.michel

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

AGRO CINEGRAFISTA: **José Carlos de Castro**
josecarlos@publique.com
(34) 9.9173.1270 | Skype: josecarlos.castro

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

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

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

AGRO ESTAGIÁRIA: **Antônia Benevenuto**
antonia@publique.com
(34) 9.9861.0005 | Skype: live:.cid.eec5fad9515ea133

IMPRESSÃO: **Gráfica Grafilar**

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

ADMINISTRAÇÃO: Caixa Postal 85 - CEP 18260-000
Estrada Municipal Bairro dos Mirandas, s/n
Porangaba, SP - Brasil • (11) 3090.5963
www.publique.com • publique@publique.com
www.agrorevenda.com.br
agrorevenda@agrorevenda.com.br

www.agrorevenda.com.br

GRUPO PUBLIQUE

PRESIDENTE E FUNDADOR: Carlos Alberto da Silva

www.publique.com

www.essere.group

Apresentamos
a nossa nova
composição.

ESSERE
GROUP

Propósito na essência

Nasce o Essere Group. Holding que rege as marcas Bionat, Floema, Kimberlit e Loyder.

Sinergia que coloca todas as marcas em um mesmo patamar, ligando-as não pelo segmento de atuação, mas por **propósitos, princípios e governança.**

Seja bem-vindo à evolução, ao novo e ao melhor.

bionat FLOEMA kimberlit Loyder

entrevista 08
José Roberto Mendonça de Barros

espaço Corteva Fungicidas 16
Corteva Agriscience™ lança novos fungicidas para soja

capa 18
Ago Amazônia é a rota do sucesso

espaço Monty's Plant Food 63
Monty's Plant Food começa suas operações no Brasil

os líderes falam 64
2021 é tecnologia que não tem fim

Falando de Bichos 71
Tudo de Pet. Tudo de Bom.

espaço Zoetis 87
Liderar e evoluir

tecnologia 88
Drones pulverizadores revolucionam a agricultura

distribuição 90
Fundo Agrohub consolida fusão de distribuidoras em MG

marca 92
Bayer comemora 125 anos de Brasil!

crédito 94
A busca por crédito

energia 96
Sinergia entre montadoras e o setor sucroenergético

opinião 98
Logística: mais um fator do Custo Brasil

espaço Ourofino 100
Ourofino Saúde Animal lança Programa Examina

Lemos & Oshiai Consultoria 102
Relações internacionais e o Agro na pandemia

negócios 104
Votorantim vende cinco milhões de ton. de insumos

líderes 106
Executivos e empresas do agronegócio

markestrat | panorama 108
2021 começou com preços 'morro acima'

markestrat | profissionais de vendas 112
Cliente tradicional da distribuição

markestrat | revenda 114
Como alavancar crescimento em 2021

espaço CropLife 116
Todo mundo perde com a ilegalidade

prateleira 118
Lançamentos de produtos

atualidades 122
Agro Brasil - Dez anos em dois!

campo limpo 124
Sistema recupera 600 mil toneladas de embalagens

mercado 125
Defensivos agrícolas enfrentam alta nos preços

defensivos 126
2020: ano de proteger as lavouras contra as pragas

biológicos 130
Mercado vai movimentar US$ 8 bilhões em 2025

agroquímicos 132
Registros de agroquímicos diminuíram em 2020

novos negócios 133
Goplan chega ao mercado com modelo inovador

coluna Renato Seraphim 134
Distribuição: fatos & oportunidades nas lojas conceito

espaço Corteva Pioneer Sementes 136
TV digital é mais um projeto de sucesso da Pioneer

investimentos 138
A nova aposta das empresas do Agro

fusão 140
Grupo Vittia compra a JB Biotecnologia

história 142
Começa operação da Ferrovia Norte-Sul

nutrição 142
Ração e mulheres fortalecem o Agro Global

mulheres do agro 146
Elas são agro demais!

piscicultura 150
Piscicultura cresce 5,93% e exportações avançam

o que vem na próxima AgroRevenda 152
Especial Agrobusiness

SOMOS DA ÉPOCA DAS HISTÓRIAS E DOS STORIES.

PUBLIQUE AGÊNCIA.
DESDE 1988, UMA AGÊNCIA CRIATIVA
EM TODOS OS TIPOS DE MÍDIAS:
TRADICIONAIS, ALTERNATIVAS E DIGITAIS.

PUBLIQUEAGÊNCIA
PROPAGANDA & MARKETING
A AGÊNCIA DO AGRONEGÓCIO

www.publique.com

“O Brasil não comprou vacinas antecipadamente, logo, a campanha de imunização vai ser lenta. Para piorar, há um atraso evidente na agenda legislativa, o que atrasa a retomada econômica do nosso País.”

O Brasil é um país que muda muito devagar

Entrevista especial com o economista e professor José Roberto Mendonça de Barros

Riba Velasco

Ele é um paulistano da gema. Nasceu em 1944, um pouquinho antes do fim da Segunda Guerra Mundial. Já ocupou a Secretaria de Política Econômica do Ministério da Fazenda entre 1995 e 1998, durante o Governo de Fernando Henrique Cardoso, e a Secretaria Executiva da Câmara de Comércio Exterior da Presidência da República durante sete meses de 1998. Mas foi na Academia e na iniciativa privada que construiu uma carreira brilhante. Foi professor da Universidade de São Paulo (USP) por mais de 30 anos e é sócio da MB Associados, uma das primeiras consultorias brasileiras, fundada em 1978 e que atende perto de 50 das maiores empresas e instituições financeiras brasileiras, especialmente no setor do Agronegócio. Com o interesse cada vez maior por esse segmento da economia, surgiu, em 2005, a MB Agro, totalmente focada no acompanhamento da conjuntura agropecuária. MB e MBAgro desenvolvem desde então uma parceria que se destaca pelo que sempre ditou a MB: análise de qualidade sobre a realidade do cliente. Em 2011, José Roberto, em associação com executivos oriundos do setor privado com larga experiência em análise financeira, fundou a MB E MB Empresas. Consultoria empresarial com foco na melhoria dos resultados dos clientes. Em 2019, a MB Associados e a MBAgro se associaram a profissionais da área de tecnologia e montaram a SciCrop, uma empresa de Transformação Digital e Big Data Analytics focada no agronegócio.

José Roberto Mendonça de Barros é economista com Doutorado na Universidade de São Paulo (1973) e Pós-Doutorado no Economic Growth Center, na Yale University. Passou por conselhos de empresas e instituições, como Federação Brasileira dos Bancos (Febraban), Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa), Frigorífico Minerva, Banco Santander, O Estado de São Paulo, Tecnisa, Pão de Açúcar, Usinas Itamarati, Scotiabank e Associação Sociedade de Cultura Artística. E mais. Escreve para jornal, participa de rádio, já lançou livro, recebeu os prêmios 'Ney Bittencourt de Araújo – Personalidade do Agronegócio' e 'Economista do Ano', estruturou o projeto 'Novo Mercado' para a Bovespa e integrou o Comitê Estratégico da Companhia Vale do Rio Doce.

Encontramos o economista e professor na última reunião da Associação Brasileira da Indústria de Suplementos Minerais (ASBRAM), no fim do ano passado, apresentando a palestra 'Cenário Macroeconômico e Político'. De novo, mais uma aula de economia, Brasil e Mundo. Acompanhe.

AgroRevenda - Como o senhor passou de 2020 para 2021?

José Roberto Mendonça de Barros - Penso que vale a pena fazermos duas ponderações. No início de tudo, em dezembro de 2019 para os chineses e março para os brasileiros, todos pensavam que a Covid-19 seria um problema para, no máximo, 120 dias. Pois viramos o ano e ainda nos encontramos em uma situação bastante difícil, depois da segunda onda de contaminações em várias regiões do planeta e países com grandes populações envolvidas em problemas, como Índia, Estados Unidos e Brasil. Mas, ao mesmo tempo, há uma perspectiva bem mais otimista.

AgroRevenda - Por quê?

José Roberto Mendonça de Barros - São quatro razões principais. Em primeiro, o início da vacinação. Sabemos que leva tempo para vacinar um número suficiente para dar conforto às pessoas como um todo, mas é razoável a perspectiva de que, quando chegar o verão no hemisfério norte, esteja tudo bem mais tranquilo, permitindo que vários setores voltem ao normal, caso dos Serviços e do Turismo. Em segundo lugar, a entrada de Joe Biden na presidência americana, depois de toda a confusão, contestação jurídica e violência causadas por cidadãos motivados por Donald Trump. O que

tranquilizou sobremaneira os mercados, incluindo aumentos fortes no setor financeiro. Em terceiro, houve uma consolidação na aceleração das atividades na Ásia. Por último, depois de anos, o fim da novela da saída do Reino Unido da União Europeia. É difícil saber o que vai ocorrer, mas só o fim da incerteza já é positivo. Nós, da MB, pensamos que a Inglaterra vai sofrer muito com a decisão, mas o cenário geral dessa questão é favorável.

AgroRevenda - E o Brasil 2021?

José Roberto Mendonça de Barros - Nós iniciamos o ano com uma forte segunda onda da pandemia do novo coronavírus, com aumento acelerado de casos e mortes. Principalmente nas pessoas das classes média e alta da sociedade, e concentrada nos estados do Sul e Sudeste.

AgroRevenda - A vacinação é uma luz no fim do túnel?

José Roberto Mendonça de Barros - Certamente que sim. Mas tivemos uma polarização política inexplicável em cima do tema. O Brasil não comprou vacinas antecipadamente, logo, a campanha de imunização vai ser lenta. Para piorar, há um atraso evidente na agenda legislativa, o que atrasa a retomada econômica do nosso País.

AgroRevenda - E como anda a economia mundial?

José Roberto Mendonça de Barros - É certo que o panorama é de recuperação das atividades econômicas e, um ano depois do início da pandemia, o que podemos afirmar é que a volta do crescimento vai ser muito desigual entre os países. E já podemos cravar que a Ásia é a região de melhor performance nesse assunto, exceto a Índia, que ainda está muito atrapalhada por conta da Covid-19. Foi ali que tudo começou, mas eles foram rápidos e eficientes. Não só na China, mas também em Taiwan, na Nova Zelândia, Austrália, Coreia do Sul. É quem vai puxar o crescimento no planeta daqui para frente. Isso é uma boa notícia para o Brasil por causa das commodities. Os Estados Unidos estão bem, mas saíram da eleição muito divididos. E estão sofrendo com a pandemia. Outro problema é o emprego, que patina bastante. Mas vai haver recuperação do consumo, sair da recessão, mas lentamente. A Europa foi a região do mundo desenvolvido que mais perdeu em 2020. Incrível, Itália e Espanha com mais de 10%. França e Alemanha também com quedas significativas do Produto Interno Bruto (PIB). Mas eles estão construindo uma agenda de futuro, cujos pontos principais são a ajuda para os países mais pobres, a concentração de investimentos em fontes de energia mais limpas, eletrificação da frota de veículos e a adoção de inteligência artificial em vários segmentos, como a medicina. Na América Latina, as perdas foram generalizadas. O tamanho do tranco em muitos países é enorme, como nos vizinhos argentinos, México e Peru, e até o Chile, que normalmente é mais estruturado do que as outras nações do continente, está com dificuldades. E a África, que é a região mais pobre do mundo, sofreu menos com a Covid-19, ainda inexplicavelmente. E onde a pandemia matou e contaminou, os governadores conseguiram controlar bem o ritmo da doença.

AgroRevenda - A China vai permanecer como o dínamo econômico do mundo?

José Roberto Mendonça de Barros - Sim, eles estão se recuperando fortemente, crescendo a 7%, coisa grande, e ainda fizeram o grande acordo comercial entre os países da Ásia e Oceania. Mas há outros fatores. Como os EUA, que também vão brilhar, principalmente por causa de uma esperada nova postura comercial da administração Biden. Entre outras coisas, com a volta das negociações via Organização Mundial do Comércio, o que é excelente para o Brasil.

AgroRevenda - E os grãos, açúcar, celulose, as 'vedetes' da exportação agro brasileira?

José Roberto Mendonça de Barros - As commodities estão bombando e vão continuar bombando bastante em 2021. Metais, petróleo, milho, soja etc. O que pouca gente sabe, por exemplo, é que o Brasil chega a ser o terceiro maior fornecedor de petróleo para a China em alguns meses, porque o nosso produto tem baixo teor de enxofre, é mais apropriado para ser usado como combustível de navios. E os chineses ainda pagam um certo prêmio. E com os alimentos não é diferente, vai bater na pecuária indiretamente. Aliás, a carne bovina deve ser marcada por um preço médio de 50 dólares a arroba (aproximadamente R$ 260), continuidade de um cenário favorável. E que vai se repetir, de novo, com bons resultados.

AgroRevenda - E 'dentro de casa'?

José Roberto Mendonça de Barros - Pelas estimativas do fim do ano passado, o crescimento do PIB vem sendo robusto. Vamos ter uma quebra de 4,3% em 2020, por volta disso, mas é um número bem menor do que vários vizinhos da América do Sul e muitos países europeus. Em 2021, a MB Agro estima um PIB de 2,6%. Veja, caímos na recessão, saímos forte, mas devemos andar um pouco de lado agora. Porém, a situação do Agronegócio é excepcional. Aumento vertiginoso desde 2015, muito acima de Indústria, Serviços, Transformação e Construção Civil.

AgroRevenda - Mas por que o PIB veio forte no fim do ano passado e, em 2021, deve ficar bem mais tímido?

José Roberto Mendonça de Barros - O cerne da questão está no programa emergencial do Governo Federal. Foi

CHEGOU MITRION™

SUA SOJA BLINDADA CONTRA AS DOENÇAS.

A potência que você precisa para oferecer aos seus clientes. Nova tecnologia que fortalece o seu negócio e eleva o patamar de produtividade e de controle do produtor.

Aproxime seu celular com a câmera aberta e descubra.

c.a.s.a.
0800 704 4304

www.portalsyngenta.com.br

MITRION™. ONDE TEM POTÊNCIA, NÃO TEM DOENÇA.

Mitrion™

syngenta®

PARA RESTRIÇÃO DE USO NOS ESTADOS, CONSULTE A BULA. PRODUTO EM FASE DE CADASTROS ESTADUAIS.

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.

05.131-04/21 ©Syngenta, 2021.

™

determinante para o Brasil em 2020. De maio ao fim do ano passado, uma montanha de dinheiro. Um benefício que atingiu quase 70 milhões de pessoas. Quarenta bilhões de reais por mês, gente recebendo de R$ 600 a R$ 1.200. Isso tirou a economia brasileira do buraco. Mas acabou no fim do ano. O orçamento acabou não sendo aprovado como devia e não há previsão (até o fim de fevereiro). Apenas o Bolsa-Família. Porém, como ele está no orçamento, vai atingir menos do que 15 milhões de pessoas, que vão receber por mês no máximo R$ 90. As vendas nas regiões Norte e Nordeste, de imediato, sofrem bastante.

AgroRevenda - E o emprego?

José Roberto Mendonça de Barros - A volta do mercado de trabalho está lenta e vai ficar assim. Achamos que a taxa de desemprego pode chegar a 16%. A recuperação está muito centrada na nata de empresas que passaram até bem pelo Covid-19, como os produtos naturais, as plataformas de vendas eletrônicas, TI, telefonia, sistema financeiro e construção civil. São empresas que tiveram produtividade alta na recuperação, mas utilizam meios como automação e digitalização para aumentar a produção, não ofertaram vagas de emprego. Logo, o consumo anda de lado porque a folha de salários aumenta muito devagar no País. Não há uma onda de investimentos na economia e, por isso, o PIB segue lento. Devemos viver um desemprego sem precedentes. Por esta razão, ficamos com um PIB de 2,6%.

AgroRevenda - O Agro viveu uma realidade diferente em 2020, não?

José Roberto Mendonça de Barros - Eu diria que o segmento viveu um sonho. Produção boa, dólar valorizado, preços domésticos subindo, assim como os internacionais. Nossa consultoria arrisca prever que a renda bruta do Agro tenha subido a bagatela de 22%. Um prêmio para tamanha competência.

AgroRevenda - Mas essa performance acabou alimentando a inflação, não?

José Roberto Mendonça de Barros - Sim, como consequência, a inflação subiu muito forte. Os preços de gêneros alimentícios cresceram, mas outros preços também. Higiene e limpeza, energia elétrica, aço, matérias-primas metálicas e não metálicas, com diversas pressões de custos que entraram no sistema produtivo. O IGPM (Índice Geral de Preços do Mercado) explodiu. Vai reduzir em 2021, porém o nível ficou mais alto e o Banco Central deve aumentar a Taxa Selic a partir de junho, em nossas previsões. Para piorar, as taxas de juros mais longas, que tratam dos grandes investimentos, são outro problema. E ainda tem a questão de o Tesouro nacional precisar rolar a dívida. E mais, o setor externo. Estamos robustos, com petróleo, minérios e o Agro. Vamos aumentar nossas reservas. Já os investimentos externos caíram bastante em 2020. As matrizes estão alertando e aguardando se vamos conseguir fazer nosso dever de casa direito. E a causa de tudo é o desarranjo fiscal. Ok, tínhamos que repassar dinheiro para os miseráveis durante a pandemia, mas não temos horizonte nesse quadro fiscal. Isso é que está por trás deste câmbio tão pressionado.

AgroRevenda - Por que, então, o real ficou tão depreciado?

José Roberto Mendonça de Barros - Pelos mesmos motivos que farão o real permanecer fraco diante do dólar em 2021. Tem o problema fiscal e a resposta clara de diminuição de gastos do Governo ao longo de muito tempo, com reformas aprovadas, não vai ocorrer. Os salários médios dos servidores públicos estão muito acima dos valores da iniciativa privada e nada de Reforma Administrativa. Para piorar, a 'estatura' da equipe econômica perdeu força. Paulo Guedes permanece, mas seu peso diminuiu muito. O relacionamento desta equipe com o Congresso Nacional ficou mais difícil e, no fim de 2020, parou tudo por causa das eleições para a presidência da Câmara Federal e do Senado. Tudo foi jogado para adiante. O desempenho fiscal em 2021 também é uma grande incógnita. O cenário internacional melhora, mas a Covid-19 no Brasil só piora, sem falar no fim da ajuda aos mais pobres, que complica o consumo. A inflação vai ficar um pouco mais alta e cheia de pressões. E o INPC (Índice Nacional de Preços ao Consumidor) subiu bem mais do que o IPCA (Índice de Preços ao Consumidor Amplo). O que penalizou as famílias de mais baixa renda. O que vai dar em um buraco nas contas públicas porque o INPC reajusta as questões da Previdência Social. Os juros vão subir e não há nenhuma perspectiva de melhora na questão das contas públicas, o que impede um freio no crescimento do câmbio.

AgroRevenda - Mas só tem notícias ruins?

José Roberto Mendonça de Barros - Não, várias áreas vão permanecer com bons resultados. Energias renováveis, comércio eletrônico, as inovações do sistema financeiro, tecnologia de informação explodindo e as comunicações, com o 5G, sem falar da construção civil, aquecida desde o segundo semestre do ano passado. No macro, saímos do buraco onde fomos jogados pela Covid, mas não temos um cenário de crescimento sustentado, principalmente porque reformas e contas públicas ainda não apresentam um horizonte claro. Porém, os setores comercial e serviços não participam desta melhoria.

AgroRevenda - Diante desse 'mar de tendências', o que deve imperar?

José Roberto Mendonça de Barros - Bem, podemos resumir em dois cenários. Um otimista. Acabam as eleições para a presidência nas duas casas legislativas, a pauta de reformas avança e sinaliza positivamente nas expectativas. Podemos crescer mais. O outro cenário é pessimista. Efeitos negativos com a Covid-19 e a situação política permanece muito turbulenta. É por isso que apostamos em um cenário mais negativo, um crescimento bem longe de 4%. Mesmo com alguns setores indo bem. E tem, ainda, um cenário intermediário, com aprovação do orçamento, junto com a LDO (Lei de Diretrizes Orçamentárias), ou até um novo plano de emergência. Mas achamos que o tumulto macro vai continuar, o agro vai ter outro ano bom, mas enfrentando problemas, como o fato de todos os entes federativos quererem aumentar a arrecadação com impostos. Até porque o PIB vai crescer pouco e o custeio do governo está alto demais para o tamanho do Brasil. Há muitos servidores ganhando salários impagáveis. E o Agro pode se preparar porque esta vai ser a pauta central para quem produz e já atua estrangulado pelos tributos. O Brasil precisa privatizar com urgência. Ceagesp, Casa da Moeda, várias estatais, porém a luta de quem é contra tem como motivação justamente manter os benefícios de que gozam atualmente.

AgroRevenda - A Reforma Tributária sai?

José Roberto Mendonça de Barros - Penso que não. Os próprios setores da economia não se entendem sobre CPMF, IVA, PEC 45 etc. E nenhuma liderança está fazendo o menor esforço para colocar em pé um conjunto mínimo de reformas. Não há conversa, diálogo entre líderes políticos e empresariais. Para um acordo mínimo, por pior que seja. Olhe, aprendi nesses anos todos que você

> "A China está crescendo a 7%, coisa grande, e ainda fizeram o grande acordo comercial entre os países da Ásia e Oceania. Mas há outros fatores. Como os EUA, que também vão brilhar, principalmente por causa de uma esperada nova postura comercial da administração Biden. Entre outras coisas, com a volta das negociações via Organização Mundial do Comércio, o que é excelente para o Brasil."

tem três estratégias unidas para mudar algo com substância. O técnico, com alternativas de projeto para resolver um problema específico. Depois, uma combinação de lideranças para aprovar algo minimamente palatável. Por último, o 'corpo a corpo' com o Congresso Nacional, uma tarefa que cabe ao Governo Federal mesmo. Caso contrário, nada é aprovado.

AgroRevenda - E a Reforma Administrativa?

José Roberto Mendonça de Barros - Vejo avanços no plano estadual. O Rio Grande do Sul tem um trabalho interessante, o Espírito Santo também, com bons exemplos. E, em alguns municípios, idem. Já no âmbito federal, o grande problema é que você precisa ser realista e o Palácio do Planalto não 'compra' a reforma, muito menos o Congresso Nacional. E veja que estava maduro para termos um projeto de Reforma Administrativa correto. Não podemos esquecer que a digitalização permitiu continuar trabalhos dispensando milhares de pessoas. E com melhoria no atendimento aos cidadãos. Olhe o exemplo do Detran e do 'Poupa Tempo', em São Paulo. Mas não há nenhum projeto circulando em Brasília. O próprio Palácio do Planalto retirou, ele não quer brigar com as lideranças. Não sou otimista para 2021. O Brasil é um país que muda muito devagar. O setor privado age rápido, é da natureza dele. Por outro lado, o poder público só muda quando tem uma grande crise. É empurrado e depois para de novo.

AgroRevenda - E a Pecuária em 2021?

José Roberto Mendonça de Barros - A trajetória da carne em longo horizonte é ótima. Os pecuaristas têm investido em qualidade do alimento, tecnificação, melhoria de pastagens e produtividade crescente. O produto chamado de 'carne vegetal' vai ter espaço, mas como nicho. No curto prazo, podemos ter problemas de demanda no mercado interno por causa da queda na renda das pessoas. Agora, 50 dólares por arroba é efetivamente um novo patamar. Vai ter uma certa desaceleração no consumo brasileiro, mas a retomada de crescimento vai continuar.

> "O agro vai ter outro ano bom, mas enfrentando problemas, como o fato de todos os entes federativos quererem aumentar a arrecadação com impostos. Até porque o PIB vai crescer pouco e o custeio do governo está alto demais para o tamanho do Brasil."

AgroRevenda - Como o senhor está acompanhando a valorização das ações na Bolsa de Valores? É real ou especulação?

José Roberto Mendonça de Barros - É real e por dois motivos básicos. Os juros baixos possibilitam muita movimentação e o que vem ocorrendo não tem paralelo desde 2007. São diversos lançamentos, abertura de capital, pequenos investidores entrando no negócio. O segundo motivo é que temos, efetivamente, segmentos na economia claramente ganhadores e eles estão representados na Bolsa. Aliás, a maior parte das empresas aumentou produtividade, geração de caixa, tudo o que reflete a saúde da empresa. Portanto, faz sentido que a cotação suba. Se o meu Ebitda (Indicador financeiro que mostra o potencial de geração de caixa de uma empresa) vai subir constantemente, tem que ter contrapartida na Bolsa. E vale para todos. Vale do Rio Doce, energias renováveis, Petrobrás etc. Isto é base para um certo crescimento. Pode ser que alguma ação fique cara demais, mas o mercado ajusta. A única pergunta que a empresa que abre seu capital e os pequenos poupadores que resolvem investir em ações têm que fazer é: qual o horizonte de eficiência no médio prazo desta empresa? A Bolsa reflete o crescimento das empresas. Ok, tem a política, as crises, tudo bem, mas é um risco de qualquer negócio, o desafio. E a Bolsa é como jogador de futebol. Todo mundo só conhece os vencedores. É o ritmo de qualquer Bolsa de Valores do planeta. AR

Chegou o seu fungicida de amplo espectro que vai trazer **consistência** de controle e **maximizar os resultados** do produtor.

UM É BOM, DOIS É ÓTIMO, **TRÊS É ALADE®.**

Consistência de controle do complexo de doenças

Três ativos de alta eficácia maximizando o controle

Alade®. O melhor em qualquer situação.

Aproxime seu celular com a câmera aberta e descubra.

Alade®

syngenta®

PARA RESTRIÇÃO DE USO NOS ESTADOS, CONSULTE A BULA. PRODUTO EM FASE DE CADASTROS ESTADUAIS.

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.

c.a.s.a.
0800 704 4304

www.portalsyngenta.com.br

©Syngenta, 04/2021.

Corteva Agriscience™ lança novos fungicidas para soja

Atenta aos problemas que têm surgido na agricultura, a Corteva Agriscience™ possui um corpo técnico de pesquisa espalhado por todo o Brasil, monitorando as principais doenças da cultura da soja, buscando sempre as melhores soluções.

A ferrugem asiática é a doença que mais atinge as lavouras brasileiras, causando perdas médias de até 35% da produtividade. O avanço da mancha-alvo também se tornou preocupante e tão perigoso quanto a proliferação da ferrugem.

Dentro deste cenário, em novembro de 2020, a Corteva Agriscience™ obteve o registro de importantes produtos para o seu portfólio de fungicidas: o Aproach® Power e o Viovan®.

O Aproach® Power vem para substituir um produto líder de mercado no segmento de fungicidas da Corteva, o Aproach® Prima, com uma grande evolução e inovação em formulação.

Já o Viovan® é um fungicida que possui uma formulação inovadora, trazendo um controle mais eficiente e proteção com maior seletividade na cultura. E, ainda, melhor eficiência no controle de um amplo espectro de doenças, como ferrugem asiática e mancha-alvo, entre outras.

O fungicida Viovan® é um produto único, pois dispensa o uso de óleo como adjuvante na aplicação. A combinação do melhor triazol com a melhor estrobilurina traz resultados visivelmente superiores. Traz, também, rápida absorção pela planta, reduzindo o risco de lavagem pela chuva, podendo ser aplicado em diferentes estágios da cultura.

Estes novos lançamentos fazem parte de um programa de manejo da Corteva, o Manejo Campeão Onmira™, e, juntamente com o Vessarya, produto já existente no portfólio, entregam o melhor resultado no controle de doenças da soja.

O que os olhos veem os resultados comprovam

NOVO

Viovan®

Onmira™ active

FUNGICIDA

Quando o assunto é doenças da soja, Viovan® resolve.

Viovan® é o lançamento da Corteva em uma formulação inovadora com Onmira™ active que oferece proteção superior contra mancha-alvo, ferrugem e outras doenças da soja para resultados visivelmente melhores.

- Proteção com maior seletividade na cultura
- Dispensa o uso de óleo, tecnologia única no mercado
- Rápida absorção pela planta, reduzindo o risco de lavagem pela chuva

Para uma colheita bonita de se ver.

MANEJO CAMPEÃO ONMIRA™

Aproach® Power > Viovan® > Vessarya® > Aproach® Power

MULTISSÍTIOS

ATENÇÃO PRODUTO 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.

CORTEVA™ agriscience

0800 772 2492 | saiba mais: corteva.com.br

™ ® Marcas registradas da Corteva Agriscience e suas companhias afiliadas.
© 2021 Corteva

LABCOM

Agro Amazônia é a rota do sucesso

O maior distribuidor de insumos agropecuários do Brasil cresce 45%, abre sete novas lojas no ano fiscal 20/21, inicia operação no Maranhão e planeja chegar a 2024 com 65 lojas em dez estados.

Riba Velasco

A fachada simples, loja de duas portas, abriu endereço em Cuiabá na década de 1980. Anunciava o compromisso de vender herbicidas para pastagens, produtos veterinários e sal mineral. Era a 'Agro Amazônia', letreiro inicial do empreendimento pioneiro fundado na capital de Mato Grosso, um estado gigante, de quase um milhão de quilômetros quadrados, do tamanho da Venezuela e duas vezes e meia maior que o Japão. Sede dos biomas Cerrado, Amazônia e Pantanal. A pequena revenda multiplicou seus negócios e cresceu, transformando-se, em menos de quatro décadas, no maior distribuidor - sob o mesmo CNPJ - de insumos agropecuários do Brasil.

E se Mato Grosso, dono do maior rebanho bovino brasileiro, rumou para a liderança na produção de grãos do Brasil, crescendo 5% ao ano, a Agro Amazônia seguiu a trilha do crescimento do agro. E criou braços em outros estados até atrair o interesse da multinacional japonesa Sumitomo Corporation. Uma parceria de ótima sinergia, relacionamento forte e junção de empresas com filosofias semelhantes. Um salto consistente, de faturamento em constante elevação. Depois de três anos, o grupo do país do sol nascente tornou-se o único acionista.

Boa parte dessa caminhada contou com a experiência, gestão e colaboração de um ribeirão-pretano formado na Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, a ESALQ/USP, que entrou na companhia no início de 1995, como sócio-diretor. "Na época, não se plantava milho safrinha e nem algodão no MT. Só tinha boi, soja e arroz. Milho e algodão começaram por volta de 1997. Vi a perspectiva futura e acreditei no crescimento da empresa", recorda o executivo Roberto Motta. Acreditou e trabalhou como nunca ao lado dos sócios e colaboradores.

Pelo início do plantio do milho safrinha e das lavouras de algodão, o avanço da pecuária e soja, a abertura de novas áreas com grãos e a expansão para outros estados. Foram abertas filiais em Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Pará, Tocantins, Goiás, Rondônia e no Maranhão. "Cumprimos nossa meta de iniciar o ano fiscal 2021/22 com a matriz e quarenta e uma filiais em sete estados", comemora Motta. E, somente no último ano, foram abertas sete lojas em cinco estados. Uma estrutura total que atende quatro mil e quinhentos clientes na Agricultura e vinte e um mil e quinhentos na Pecuária, que resultou em uma performance inimaginável para um período de pandemia: crescimento de 45%. "Em mais de 26 anos de empresa, eu não lembro de um ano tão bom em termos de preços como 2020. Soja, milho, arroba do boi, ao mesmo tempo e com preços recordes. Assim, conseguimos crescer em todos os segmentos, em todas as regiões", examina Roberto. O esforço aumentou com a severidade das consequências da pandemia de Covid-19. "Foi muito difícil. Criamos um comitê interno de risco, foram feitas várias adaptações para manter a saúde e a segurança de toda a equipe e atender o cliente com toda a segurança. Promovemos reuniões semanais, ações em todas as filiais, incentivamos o uso de máscaras, álcool em gel, realizamos a medição da temperatura de todos os colaboradores, orientamos sobre a importância de lavar as mãos, respeitar o distanciamento e evitar aglomeração. Insistimos muito com todos para seguirem as recomendações médicas dentro e fora do trabalho, mantendo os cuidados nos fins de semana. E ainda criamos reuniões, treinamentos virtuais e dias de campo

> “Nosso faturamento cresceu 45% em relação ao ano anterior. Uma performance espetacular. Não incluímos grãos em nosso faturamento, ou seja, o faturamento aqui apresentado é somente de insumos agropecuários. Crescemos em todos os segmentos, em todas as regiões e em todas as culturas.

Roberto Motta,
Presidente/CEO da Agro Amazônia

on-line. Cuidamos de quem ficou doente e, graças a Deus, não houve nada de grave. Foi uma jornada de trabalho redobrada, em todas as áreas. Para chegarmos a um ano maravilhoso. Conseguimos balancear saúde e segurança dos colaboradores e familiares, clientes e fornecedores com o resultado do negócio. Tudo porque o Agro não para, é serviço essencial. Vendemos produtos de nutrição animal, saúde animal, arames e herbicidas, sementes e fertilizantes para pastagens, além de fertilizantes, produtos para a nutrição de plantas, defensivos agrícolas e sementes para agricultura. Contribuímos com os produtores rurais para a produção de alimentos para atender uma população global em constante crescimento”, enfatiza.

Agora, chegou a hora de um novo salto. Orquestrado por uma equipe de quase 700 profissionais, sendo 300 na área administrativa e corporativa, e quase 400 na área técnica e comercial, sendo mais de 250 engenheiros-agrônomos, além de médicos-veterinários, zootecnistas e técnicos agropecuários. Um time forte, especializado. “Também estamos trabalhando junto com a Sumitomo Corporation na área de Agritech, Agricultura e Pecuária de precisão e Digital Farm. Procurando tecnologias embarcadas em máquinas, uso de drones, robôs e satélite, para saber exatamente o que tem no solo, nutrientes, microrganismos, análise de seiva de plantas, previsão do tempo, mapear áreas com doenças, pragas, ervas-daninhas. Tudo para oferecer produtos e serviços de alta qualidade para o nosso cliente. Trabalhamos duro para o sucesso do negócio do nosso cliente. O sucesso do nosso cliente é o nosso sucesso”, conta.

Sem falar na inauguração de sete lojas novas, uma parceria forte com os fornecedores. E na ousada meta de chegar a 2024 com 65 lojas nos seguintes estados: Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Rondônia, Goiás, Pará, Tocantins, Maranhão, Acre, Piauí e Bahia. “Os produtores rurais e fornecedores confiam na gente. Temos alta credibilidade. Somos uma multinacional japonesa, um gigante global com ação local. Estamos muito otimistas. Sabemos das dificuldades, somos realistas. Entretanto, somos apaixonados pelo Agro e movidos pelo desafio. Essa é a cultura da empresa. Já temos um volume considerável de pedidos para fertilizantes, sementes e defensivos que serão usados na safra 2021|22 para soja e milho. Somos distribuidores. A maior empresa individual do segmento no Brasil. Poucas empresas alcançam esse feito. Nós alcançamos. E vamos continuar crescendo”, concluiu.

Matriz e filiais

Matriz Cuiabá (MT)

Filial Cuiabá (MT)

Diamantino (MT)

Sorriso (MT)

Rondonópolis (MT)

>>>

ACESSE NOSSA LANDING PAGE E SAIBA MAIS

A MELHOR ESTRATÉGIA PARA CONTROLAR A VERMINOSE DURANTE O ANO*.

*Quando comparado a outros protocolos testados pela Zoetis.

O Controle 5-8-11 Zoetis é um protocolo inovador que consiste na aplicação de Treo ACE (maio e novembro) e Cydectin (agosto).
Ao combater os principais vermes, possibilita uma melhoria no bem-estar animal e na produtividade.

SAC: 0800 011 19 19 | adm-sac@zoetis.com | zoetis.com.br | /zoetisbrasil | @zoetisbr | /zoetisbrasil

A MARCA DO
DIA A DIA
NO CAMPO

zoetis

Copyright Zoetis Indústria de Produtos Veterinários Ltda. Todos os direitos reservados. Material Produzido MAR/2021. Cod: MW-13429.

AgroRevenda - Como está operando hoje a Agro Amazônia?

Roberto Motta - Trabalhando sem parar, com toda a energia, totalmente focada em ampliação e crescimento orgânico e inorgânico, com abertura de novas lojas e compra de algumas empresas da área de distribuição. O grande objetivo é crescer. Sempre. Nosso ano fiscal vai de primeiro de abril a 31 de março, e terminamos 2020/21 abrindo sete lojas em cinco estados. Duas filiais em Mato Grosso do Sul, duas em Goiás, uma em Tocantins, uma em Rondônia e outra em Balsas, iniciando nossa operação no Maranhão. Quer dizer, cumprimos nossa meta de iniciar o ano fiscal 2021/22 com a matriz e quarenta e uma filiais em sete estados.

AgroRevenda - Vocês perseguem algum perfil específico quando abrem novas lojas e compram revendas?

Roberto Motta - Elas são todas do mesmo estilo. Importante ressaltar que a Agro Amazônia é uma empresa só, um CNPJ apenas. Ela pertence 100% à Sumitomo Corporation, do Japão. Ela tem a matriz e quarenta e uma filiais representando uma só corporação, com o mesmo dono, a mesma missão, filosofia, identificação visual, estrutura, os mesmos valores e processos. É tudo uma coisa só, diferente de grupos que investem e juntam empresas distintas, com nomes diferentes e participações acionárias diferentes. Por esses motivos, posso garantir que a Agro Amazônia é hoje o maior distribuidor de insumos agropecuários do Brasil quando você fala individualmente, de uma empresa. O nosso faturamento é de uma única empresa. E não uma soma de faturamentos.

AgroRevenda - O que atraiu a Agro Amazônia nessas novas filiais?

Roberto Motta - Nosso negócio é oferecer aos nossos clientes soluções para que eles obtenham melhor pro-

> “Somos uma multinacional japonesa, um gigante global com ação local.”

Recepção do novo escritório em Cuiabá, MT.

Filiais

Alta Floresta (MT)

Gurupi (TO)

Palmas (TO)

Balsas (MA)

Guarantã do Norte (MT)

>>>

A Zoetis e a Agro Amazônia possuem uma parceria sólida, que se consolida ano após ano e que ganha força adicional após o início do programa Prozperar. Através do alinhamento das nossas missões e do trabalho conjunto das equipes Agro Amazônia e Zoetis, temos levado cada vez mais soluções, produtividade e eficiência aos pecuaristas das regiões Centro-Oeste e Norte, contribuindo para o desenvolvimento dessas regiões e para o crescimento sustentável da pecuária brasileira.

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

Mais do que palavras, são atitudes

CONHEÇA NOSSO PORTFÓLIO

Escutamos as necessidades do campo.
Entendemos como podemos ajudar.
Entregamos produtos relevantes e diferenciados com um conjunto de soluções.

que cultivamos todos os dias.

DE SOLUÇÕES EM **ADAMA.COM**

Listen ‣ Learn ‣ Deliver

“A Agro Amazônia é hoje o maior distribuidor de insumos agropecuários do Brasil quando você fala individualmente, de uma só empresa.”

dutividade e sustentabilidade no seu negócio. O foco atual é nas culturas de soja, milho, algodão, arroz, feijão e pecuária. Atuando nas regiões Centro-Oeste, Norte e Nordeste. Áreas fortes nestas culturas. Nós perseguimos os lugares onde essas cadeias produtivas atuam, pois temos equipe completa, estrutura e expertise nestes segmentos. Só de engenheiros-agrônomos são mais de 250 profissionais.

AgroRevenda - Por falar no assunto, como está hoje o Time Agro Amazônia?
Roberto Motta - Nossa equipe completa tem quase 700 profissionais, sendo 300 na área administrativa e corporativa, e quase 400 na área técnica e comercial, sendo mais de 250 engenheiros-agrônomos, além de médicos-veterinários, zootecnistas e técnicos agropecuários. É um time forte, especializado. E ainda destacamos dentro das áreas os especialistas da Agricultura e Pecuária. E outras subdivisões, com conhecimento específico. O time de sementes, nutrição de plantas, fertilizantes, produtos biológicos etc. O agricultor quer especialista em semente de soja? A Agro Amazônia tem. De Milho? Temos. Na área de Pecuária? Temos. Na área de fertilizantes/nutrição? Temos. Por isso, queremos expandir nossa área de atuação em todo o Centro e Norte do Brasil.

AgroRevenda - Para tanta expansão, seria ótimo que a infraestrutura do País oferecesse estradas, ferrovias, hidrovias e portos que ajudassem na distribuição em uma região tão extensa. Como o senhor analisa o avanço dos projetos nessa área específica?
Roberto Motta - Essa logística é importantíssima para os grãos porque assim o negócio do nosso cliente melhora bastante. O preço do produto dele tem impactos oriundos dos custos com o transporte. Se ele gastar menos para exportar a produção, vai receber mais. Seja pelo Porto de Miritituba, no Pará; de Itaqui, no Maranhão; de Santos, em São Paulo; de

Filiais

Juína (MT)

Barra do Garças (MT)

Campo Verde (MT)

Canarana (MT)

Juara (MT)

>>>

A Agro Amazônia e a ADAMA já têm uma história juntas, de bons negócios e de crescimento, que muito nos orgulha. Acreditamos que juntos escreveremos mais páginas, apoiando e acreditando no agronegócio do cerrado Brasileiro. Parabéns Agro Amazônia e continue contando conosco.

Romeu Stanguerlin,
CEO da ADAMA

O Maior & Melhor

Projeto de Merchandising do **Mercado Veterinário Brasileiro.**

A evolução da saúde animal

Agora vai se Transformar no Maior

Projeto de Extensão **Rural do Brasil.**

Biogénesis Bagó

> “Cumprimos nossa meta de iniciar o ano fiscal 2021/22 com a matriz e quarenta e uma filiais em sete estados do Brasil.”

Paranaguá, no Paraná; ou pelo Rio Madeira. Quanto mais forte for a logística, melhor os preços para soja e milho, nossos clientes terão mais vantagem competitiva. E o sucesso do nosso cliente é o nosso sucesso! É a mesma situação no tráfego de carnes bovina, suína e de frango. Milho para etanol e óleo de soja às plantas industriais localizadas dentro da região. Temos, atualmente, quatro mil e quinhentos clientes na Agricultura e vinte e um mil e quinhentos clientes na Pecuária, 26 mil clientes no total. Queremos que os nossos clientes tenham boa produtividade e sustentabilidade no negócio. Que seja economicamente viável, socialmente justo e ambientalmente correto. Colher bem, gerenciar o negócio, receita, despesas, preservação ambiental, tudo revertendo em melhor rentabilidade.

AgroRevenda - Como o senhor analisa o momento atual do Agro brasileiro, que convive com valorização do que é produzido, mas enfrenta problemas com os custos para produzir?

Roberto Motta - A Agricultura é uma indústria a céu aberto. Precisamos da parte técnica, equipe boa, parceiro bom com insumos e serviços de primeira, dos fertilizantes às tecnologias digitais. E tem o clima, pois precisa cair a chuva na hora certa, luminosidade, janelas de plantio bem cumpridas, logística, armazenagem, transporte, consumo interno e externo. E, na pandemia, houve problemas com gente perdendo emprego e ren-

Fachada da primeira loja Agro Amazônia.

AGRO AMAZÔNIA

Filiais

Lucas do Rio Verde (MT)

Nova Mutum (MT)

Pontes e Lacerda (MT)

Primavera do Leste (MT)

Querência (MT)

>>>

Está sendo muito importante o amadurecimento e o profissionalismo que está existindo no mercado veterinário e no mercado de insumos agropecuários como um todo. A Agro Amazônia também tem sido um importante parceiro da Biogénesis Bagó dentro do Centro-Oeste brasileiro.

Marcelo Bulman,
Country Manager Biogénesis Bagó

JUNTOS, SOMOS MAIS FORTES.

Sempre em busca de um crescimento mais sustentável.

A FMC, uma das maiores empresas de ciências para agricultura no mundo, tem proximidade com o produtor, agilidade e inovação em seu DNA. Sendo assim, criamos o JUNTOS, um programa de relacionamento que agrega tecnologia e une todos os elos da cadeia num único lugar. O programa tem como objetivo buscar e multiplicar soluções personalizadas através de uma plataforma digital, estando mais próximo ainda das revendas, das cooperativas e dos produtores, algo que é tão importante para nós. Nosso propósito é que todos possam se conectar para se desenvolverem e crescerem JUNTOS. Para isso, desenvolvemos benefícios e serviços para cada elo da cadeia e para nossos canais parceiros, seus vendedores e produtores, que cadastram sua nota fiscal na plataforma e ganham FMC Coins, que podem ser gastas de diversas maneiras, inclusive em serviços totalmente especializados para a sua fazenda.

Daniela Tavares
Diretora de Marketing – FMC Brasil

Copyright © Abril 2021 FMC. Todos os direitos reservados.

FMC
An Agricultural Sciences Company

JUNTOS
PRODUTOR

INOVAÇÃO QUE NOS CONECTA A VOCÊ.

Conheça o JUNTOS, o programa de relacionamento da FMC que conecta produtores de todo o Brasil em uma rede que ajuda a promover o crescimento sustentável.

Com o JUNTOS, a cada compra, você conquista FMC Coins, que podem ser trocadas por soluções que potencializam o seu negócio.

Cadastre-se: www.juntosfmc.com.br

da. Mas o Agro foi muito bem e vai continuar assim porque a população mundial cresce sem parar, até 200 mil pessoas por dia, e o processo de urbanização prossegue velozmente. Por isso, mesmo com a produção mundial crescendo, o consumo é grande e os preços seguem muito valorizados.

AgroRevenda - É um ano histórico?
Roberto Motta - Em mais de 26 anos de Agro Amazônia, eu não me lembro de termos vivido um ano tão bom em termos de preços como 2020. Soja, milho e arroba do boi, ao mesmo tempo. Normalmente, há ciclos, quando um setor está bem o outro nem tanto. Já passamos por nematoides e ferrugem na soja, problemas com o clima, superprodução, baixa no consumo. Mas o ano passado foi ótimo para a Agricultura e a Pecuária juntas.
AgroRevenda - A alta dos custos de produção, então, não preocupa tanto?
Roberto Motta - Esse é o outro ponto, mas veja: o milho e a soja estão valorizados e são importantes para a indústria do etanol e a criação de aves, suínos e até os bovinos, mesmo que em menor escala. Mas a arroba bovina passou de R$ 300,00, as vendas externas bateram recorde, assim como estão ótimas as exportações de carnes de frango e suína. Essa é uma vantagem que vi em 2020. Um setor vai sempre suportar melhor a elevação nos custos dos insumos utilizados quando também estiver com produto valorizado.

AgroRevenda - Outros insumos também ficaram mais caros neste período, não?
Roberto Motta - Sim. Fertilizantes e sementes foram os que mais subiram. Fertilizantes, por causa da oferta e demanda global. As sementes porque, quando sobe o grão, sobe a semente. Já os defensivos não subiram tanto, mas têm o preço em dólar e o câmbio está lá em cima. Em resumo, o negócio de produção de soja e milho está bem por causa de consumo, preços, qualidade, tecnologia, maquinário. Vivemos um bom momento. É claro que sempre há problemas. Logística, frete, clima, armazenagem, mas, pondo na balança, temos mais pontos positivos. Porém, é importante lembrar que a agricultura é cíclica e o investidor não pode deixar de prestar atenção nos momentos ruins. Empréstimos tomados em dólar, cuidados necessários nas áreas técnica, financeira, humana, de comercialização, commodities, gestão. Focar os detalhes e gerenciar em alto nível.

AgroRevenda - Por falar em administração e investimentos, a empresa está apostando também em iniciativas de tecnologia digital em lavouras e rebanhos. Como está caminhando essa iniciativa?
Roberto Motta - Trabalhamos junto com a Sumitomo na área de Agritech, agricultura e pecuária de precisão e Digital Farm. Procurando tecnologias embarcadas em máquinas, uso de drones, robôs e satélite, para saber exatamente o que tem no solo, nutrientes, microrganismos, análise de seiva de plantas, previsão do tempo, mapear áreas com doenças, pragas, ervas-daninhas. Enfim, ter todas as informações da propriedade para obter melhor produtividade e menores custos de produção, como aplicar bem os insumos, usar onde é preciso, gastar menos. O objetivo é diminuir gastos e impactos ao meio ambiente, melhorando a produtividade e a gestão financeira. Assim, o negócio vai render mais ao nosso parceiro. Queremos oferecer a ele todas as ferramentas nesta área. Equipe completa, treinada e motivada para obter os dados, analisá-los e criar soluções para os agricultores e pecuaristas. Estamos trabalhan-

AGRO AMAZÔNIA

Filiais

Sapezal (MT)

Sinop (MT)

Tangará da Serra (MT)

Vila Rica (MT)

Mirassol D'Oeste (MT)

>>>

Roberto Motta, da Agro Amazônia, homenageado em evento da FMC pelo diretor da empresa, Marcelo Magurno.

Nós da FMC, temos como um dos nossos valores estar lado a lado dos produtores, em todos os ciclos das culturas, para entender suas necessidades. Dessa forma, podemos contribuir com o crescimento da agricultura de forma sustentável em nosso país, levando cada vez mais inovações, tecnologias e soluções, para todo o Brasil. Em muitas situações, contamos com parcerias importantes como a que temos com a Agro Amazônia, com quem temos a satisfação de trabalhar na distribuição de tecnologias de ponta para ajudar o produtor de soja, milho, arroz e algodão, dentre outras, a prosperar cada dia mais, em diversos estados do País.

Marcelo Magurno,
Diretor de Negócios da FMC Brasil

Sementes de qualidade com **inovação** e **tecnologia**

SAFRASUL Sementes, 23 anos produzindo, beneficiando e comercializando sementes de espécies forrageiras.

Presente nas melhores revendas agropecuárias do Brasil.

PLANTE QUALIDADE E AUMENTE SUA LUCRATIVIDADE

www.safrasulsementes.com.br

Matriz - Campo Grande-MS
Fone: (67) 3358-5400

SAFRASUL SEMENTES

Safrasul, completando 23 anos no segmento de sementes forrageiras com atuação no mercado nacional e internacional, tem enorme orgulho de ser parceira comercial da Agro Amazônia desde 2007, fornecendo sementes de qualidade, com inovação e tecnologia.

Atuando sempre junto com a equipe técnica e comercial da Agro Amazônia, acessamos os principais mercados e fortalecemos a parceria com foco no bom atendimento aos produtores do Brasil.

Para alcançar nossa visão e seguir crescendo estrategicamente, estamos investindo em uma nova planta industrial no estado de Minas Gerais, com o objetivo de aumentar nossa capacidade produtiva para atender o aumento da demanda que parceiros como a Agro Amazônia tem nos proporcionado.

Seguimos crescendo.

Ricardo Dias de Brito,
Diretor de Operações
da Safrasul

ROBERTO MOTTA

PRESIDENTE/CEO DA AGRO AMAZÔNIA

Nasceu em Ribeirão Preto (SP) | Em junho/21 irá completar 56 anos.

Engenheiro-agrônomo | ESALQ – USP (1986).

Especialização em Administração e Marketing | Fundação Getúlio Vargas.

Advanced Management Program, Gestão de Negócios | ISE | IESE Business School em SP e Barcelona (Espanha).

Mais de oito anos de atuação na DuPont.

Mais de 26 anos de atuação na Agro Amazônia.

do forte nesse sentido e o AgriHub Space está na fase final.

AgroRevenda - Como a empresa cresceu e, ao mesmo tempo, foi impactada pela pandemia da Covid-19?

Roberto Motta - Falando em resultado, estamos completando 38 anos de atividades vivendo o nosso melhor momento. E ter 38 anos nessa região é muito diferente do que ter 38 anos em outras regiões do Brasil, como Sul e Sudeste. O algodão e o milho safrinha começaram a ser plantados no Mato Grosso há menos de 25 anos e, hoje, o MT já é o maior produtor dessas culturas no Brasil. No MT, temos filiais em vários municípios que não têm a idade da Agro Amazônia. E 2020 foi o ano em que mais crescemos. Em sementes, fertilizantes, nutrição de plantas, defensivos agrícolas, crescemos em todas as culturas e na pecuária (herbicidas, sementes e fertilizantes para pastagens, saúde animal, nutrição animal, arames e equipamentos etc.). Um crescimento forte e sustentável. Mas não foi fácil. Foi muito difícil. A Covid-19 atrapalhou bastante. Tivemos que criar um Comitê Interno de Risco, medir diariamente a temperatura, instalar equipamentos em todas as nossas lojas e atender com segurança o nosso cliente. Promovemos reuniões semanais, ações em todas as filiais, incentivamos o uso de máscaras, álcool em gel, demos orientações para manter a saúde e a segurança dos nossos colaboradores e clientes, evitando aglomerações e promovendo o distanciamento. Insistimos muito com todos para seguirem as recomendações médicas dentro e fora do trabalho, manter os mesmos cuidados nos fins de semana. E criamos reuniões e treinamentos virtuais, dias de campo on-line. Ainda assim, tivemos vários casos de Covid, mas nada grave. E investimos nos afastamentos de 14 dias, trabalho em casa. Foi uma jornada de trabalho redo-

AQUI TEM TORTUGA® PRODUTOS

Agro Amazônia e a marca Tortuga®: resultados para o produtor

Uma parceria só é boa se ela gera frutos. A Agro Amazônia e a Tortuga®, uma marca DSM, estão unidas para oferecer o melhor para os clientes. Afinal, compartilham dos mesmos valores: a paixão pelo agronegócio, a sustentabilidade e o foco no cliente. Essa sinergia oferece ao produtor o que há de melhor em nutrição animal e um atendimento de alta qualidade da Agro Amazônia. **Conte conosco para você atingir ótimos resultados.**

AGRO AMAZÔNIA®
A sua *melhor* opção

www.agroamazonia.com

TORTUGA® Uma marca DSM

0800 110 6262 | www.tortuga.com.br

Espaço de armazenamento de produtos em Sorriso, MT.

brada e ainda com abertura de sete filiais. Todo mundo trabalhou muito, em todas as áreas. Para chegarmos a um ano maravilhoso. Resultado espetacular de market share, customer share, novos clientes, faturamento, recebimento e vendas. Conseguimos balancear saúde e segurança dos trabalhadores e familiares, clientes e fornecedores com o resultado do negócio. Tudo porque o Agro não para, é serviço essencial. Vendemos produtos de nutrição animal, saúde animal, arames e herbicidas, sementes e fertilizantes para pastagens, além de fertilizantes, produtos para a nutrição de plantas, defensivos agrícolas e sementes para agricultura. Contribuímos com os produtores rurais para a produção de alimentos para atender uma população global em constante crescimento. E abrimos filiais, contratamos e treinamos muita gente. Estamos orgulhosos por colocar a nossa missão e os nossos valores em prática. Sustentabilidade, integridade, paixão, foco no cliente, segurança e simplicidade, nosso novo valor. Para ser o melhor e o maior distribuidor de insumos agropecuários do Brasil.

AgroRevenda - Falando em números, como foi esse crescimento?

Roberto Motta - Nosso faturamento cresceu 45% em relação ao ano anterior. Uma performance espetacular. Crescemos em todos os segmentos, em todas as regiões e em todas as culturas.

AgroRevenda - E daqui para frente? Qual

NEGÓCIO AGRO AMAZÔNIA

Faturamento 2019/20: R$ 1,4 bilhão
Faturamento 2020/21: R$ 2,03 bilhões

(faturamento EXCLUINDO grãos, ou seja, faturamento somente de insumos agropecuários).

Matriz e 41 lojas em sete estados.
- Mato Grosso;
- Mato Grosso do Sul;
- Pará;
- Tocantins;
- Goiás;
- Rondônia;
- Maranhão.

Quase 700 profissionais;
300 na área administrativa e corporativa;
Quase 400 na área técnica e comercial, sendo mais de 250 engenheiros-agrônomos;
Além de médicos-veterinários, zootecnistas e técnicos agropecuários.

26.000 clientes entre agricultores e pecuaristas.

Plano 2021/22: abrir mais sete lojas.

Plano 2024: chegar a 65 lojas, em dez estados.

“Para nós da Corteva é uma satisfação poder presenciar o crescimento da Agro Amazônia, afinal de contas as histórias de ambas as organizações se confundem há quase quatro décadas, quando a Agro Amazônia surge do empreendedorismo de ex colegas da Corteva que se lançaram nesta fantástica jornada. Uma bela história de parceria comercial baseada no respeito e confiança mútuos. Esperamos seguir apoiando nosso maior parceiro em sua missão de trabalhar para desenvolvimento sustentável do agronegócio.”

Edmarcio Lopes da Silva,
Vice-presidente da Corteva

Filiais

Campo Novo do Parecis (MT)

Vilhena (RO)

Campo Grande (MS)

Chapadão do Sul (MS)

Goiânia (GO)

a meta para o período 2021 | 2022?

Roberto Motta - Estamos começando o novo ano fiscal com muito otimismo. Sabemos das dificuldades, somos realistas. Existem dificuldades, pois o Agro é dinâmico, pode mudar a cada ano. Estou há tempos nesse negócio e sempre acredito, sou apaixonado pelo desafio. E essa é a cultura da empresa. Somos movidos pelo desafio. Sabemos que o fertilizante está passando um momento complicado, vai faltar sementes de soja e milho porque choveu demais e perdemos campos de semente. Isso é fato. Assim como os problemas com agroquímicos, a Covid-19 que está aí, não vai parar mesmo com a vacinação. Mas não podemos ficar chorando. Temos que buscar alternativas. Já temos um volume considerável de pedidos para fertilizantes, sementes, defensivos. Para a safra 2021|22 de soja e milho. Estamos estruturados, com equipes fortes, em regiões boas, vamos colher os frutos das novas sete lojas abertas e lançar outras sete lojas. Investindo no CRM (Customer Relationship Management) para entender e atender os clientes, analisar nossa carteira, promovendo treinamento técnico e comercial das equipes, prestação de serviços, Digital Farm, parceria forte com fornecedores. Eles estão muito satisfeitos com a Agro Amazônia. Somos distribuidores, estamos de mãos dadas com os fornecedores, somos a extensão deles no campo.

AgroRevenda - Aumentar a oferta de marcas próprias é uma das metas?

Roberto Motta - A gente tem criado nossas marcas junto com os fornecedores. Eles repassam a matéria-prima e nós registramos e vendemos com a marca Agro Amazônia. É um trabalho conjunto.

> “Em mais de 26 anos de Agro Amazônia, eu não me lembro de termos vivido um ano tão bom em termos de preços como 2020. Soja, arroba do boi e milho, ao mesmo tempo.”

>>>

Sucesso

resume a trajetória da Agro Amazônia. E temos orgulho de fazer parte dela.

Lá se vão 20 anos de parceria.
E ainda tem muito entusiasmo para continuar trilhando esse caminho.

www.belgobekaert.com.br
0800 727 2000

Acompanhe-nos nas rede sociais:

Arames Belgo: uma marca Belgo Bekaert Arames

Arames Belgo®

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.

COM O ESQUADRÃO FUNGICIDAS GOLD,

SUA VITÓRIA CONTRA AS DOENÇAS ESTÁ DECIDIDA.

Rápida absorção e alta performance contra a Ferrugem

Proteção e controle do complexo de doenças da soja

Maior produtividade para sua lavoura

USE O LEITOR DE QR CODE DO SEU CELULAR

MEDALHA DE HONRA NA EFICÁCIA! VEJA OS RESULTADOS DO ESQUADRÃO FUNGICIDAS GOLD.

ESQUADRÃO FUNGICIDAS GOLD

Fusão EC | Absoluto Fix | Iharol Gold

IHARA
Agricultura é a nossa vida

Não importamos nada. Trabalhamos de mãos dadas com os parceiros fornecedores e, assim, vamos ter sucesso. Juntos, somos mais fortes.

AgroRevenda - E eles estão acompanhando o ritmo de crescimento da Agro Amazônia?

Roberto Motta - Sim, eles estão unidos com a gente, principalmente na expansão de área. Basta ver o ano que passou. Avançamos ao lado deles, na abertura das novas lojas. Defensivos, sementes, fertilizantes, nutrição de plantas, todas as soluções da Pecuária. Assim que é legal, bacana.

AgroRevenda - E como a Agro Amazônia vai chegar ao futuro?

Roberto Motta - Estamos montando uma empresa muito forte, com uma marca poderosa. Oferecendo um portfólio completo de produtos e serviços, de altíssima qualidade para a Agricultura e a Pecuária. Graças à credibilidade, imagem e confiança que alcançamos. Já passamos por muitas situações e os produtores confiam na gente. Temos alta credibilidade. Somos uma multinacional japonesa, a Sumitomo Corporation, um gigante global com ação local. Fazemos entrega parcelada, ajudamos o produtor a não correr o risco de ser roubado. Nós temos estrutura de segurança e podemos entregar parceladamente, fazer uma armazenagem segura. E ainda entregar análise de solo, centro de distribuição de sementes, vacinas com câmaras frias, transporte seguro, destinação final das embalagens vazias. Nosso controle de qualidade é exigente, com teste de germinação, vigor, planejamento, pré-embarque, amostragem dos lotes, estrutura completa e garantia máxima. Só em sementes, vendemos quase 1,2 milhão de sacas de semente de soja na safra 2020/21. Poucas empresas fazem isso. Nós fazemos. E vamos fazer cada vez mais e melhor! AR

Lavoura de soja com irrigação de cliente Agro Amazônia.

Nós da IHARA gostaríamos de agradecer a parceria de longa data com a Agro Amazônia. Reconhecemos a contribuição da empresa com a evolução da produtividade dos negócios dos agricultores, oferecendo tecnologias de alta credibilidade no mercado. Assim como nós, a Agro Amazônia está próxima da realidade dos produtores rurais, possibilitando oferecer soluções tecnológicas para o campo, o que leva a resultados efetivos para um cultivo de qualidade. Temos certeza que continuaremos ainda por muitos anos com esta parceria, contribuindo cada vez mais para o desenvolvimento da agricultura brasileira!

Gonçalves,
Presidente da IHARA

ourofinosaudeanimal.com

Evol

Tecnologia exclusiva para resultados únicos contra os parasitas do rebanho.

Evol oferece maior proteção para todas as fases do rebanho, apenas 22 dias para o abate e melhor retorno sobre investimento que produtos com 1% de concentração.

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

ourofino
saúde animal

A Agro Amazônia contribui no desenvolvimento sustentável do agronegócio e na produtividade do campo, fazendo a diferença para inúmeros pecuaristas e agricultores. Nós só podemos colocar em prática nosso propósito de reimaginar a saúde animal graças ao apoio e parceria de lojas que possuem a mesma missão, como a Agro Amazônia. A Ourofino Saúde Animal se orgulha de estar ao lado desta grande parceira levando tecnologias em soluções e serviços para transformar a agropecuária brasileira.

Fabrício Oliveira,
Diretor Comercial de Animais de Produção

Nortox

Qualidade, inovação e variedade para a sua lavoura.

Com os produtos da **Nortox**, sua lavoura ganha em tecnologia, qualidade e economia.

Impulsione o seu potencial produtivo e chegue a resultados surpreendentes com a parceria certa: **Nortox**.

FUNGICIDAS

- carbendazim
- fluazinam 500 SC
- flutriafol
- mancozeb
- propiconazole
- tebuco 430 SC

HERBICIDAS

- 2,4D
- atrazina 500 SC
- cletodim
- clorimurom
- diuron 500 SC
- glifosato 720 WG
- glufosinato
- imazetapir
- mesotriona
- nicosulfuron 40 SC
- trifluralina gold

INSETICIDAS

- abamectin 400 WG
- abamectin 72 EC
- acetamiprid 200 SP
- bifentrina 100 EC
- cipermetrina 250 EC
- clorfenapir
- clorpirifós EC
- diafentiuron
- fipronil 800 WG
- fipronil
- imidacloprid
- lufenuron 100 EC
- metomil 215 SL
- piriproxifen

PODE CONFIAR. É DA NORTOX.

nortox.com.br
/NortoxBrasil
@nortoxsa
/nortox-sa

ATENÇÃO: Produto perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Antes de armazenar ou utilizar este produto, leia atentamente e siga todas as recomendações do rótulo, da bula e da receita. Destine corretamente as embalagens vazias. Use equipamentos de proteção individual e mantenha este produto longe do alcance de menores de idade. Consulte sempre um Engenheiro Agrônomo. Venda sob receituário agronômico.

NORTOX

Os agricultores e fornecedores de insumos reconhecem e prestigiam a trajetória vitoriosa da Agro Amazônia, da qual fui testemunha.

Acompanhei a evolução da Agro Amazônia, conheci seus sócios e fundadores em 1989 e desde então noto que sempre estão inovando, crescendo e contribuindo para o agro do Mato Grosso e de Rondônia, e agora em franca expansão a outros estados.

Nós da Nortox temos orgulho de sermos fornecedores parceiros, e ter a Agro Amazônia dentre nossos principais clientes!

Agradecemos e aplaudimos em pé a toda a equipe da Agro Amazônia.

João Marcos Ferrari,
Diretor Comercial da Nortox

Filiais

Jussara (GO)

Redenção (PA)

Santarém (PA)

Novo Progresso (PA)

Buritis (RO)

>>>

Novas estruturas do escritório da Agro Amazônia em Cuiabá, MT.

APOSTA NA AGTECH

A Agro Amazônia foi a primeira empresa a se juntar ao Agrihub Space na filosofia de buscar, junto com a Sumitomo Corporation, ferramentas para contribuir para o sucesso dos negócios do agricultor e pecuarista. É o primeiro espaço de inovação aberta em Mato Grosso com foco no desenvolvimento de novas ferramentas para o campo. Vai ser a casa de 15 startups, que ainda estão em fase de seleção. Durante nove meses, as escolhidas receberão apoio para crescerem, conectarem-se por meio de projetos-pilotos e colocarem em prática tecnologias para validação no campo. Para Magnus Arantes, sócio-proprietário da LM Ventures, uma das responsáveis pelo AgriHub Space, "A conectividade é apenas um dos problemas do campo. A gente sabe que ela é falha e precisa ser desenvolvida. Existem tecnologias diferentes que podem facilitar essa conectividade, mas tem também outros itens, como previsão climática, eficiência profissional, aplicação de insumos, análise de solo etc. Passo a passo, a gente vai conectar as coisas e fazer tudo acontecer", explica.

O setor de distribuição de insumos agrícolas e veterinários é de vital importância para o Agronegócio brasileiro. Ele garante que os insumos cheguem no momento certo ao produtor rural. Nesta perspectiva, a Agro Amazônia exerce um papel de liderança e protagonismo no setor e é por este motivo que temos uma grande aliança entre a Companhia e o Grupo Publique, especialmente através da Plataforma AgroRevenda. Parabéns a todo time da Agro Amazônia pelo extraordinário histórico de contribuição ao nosso Agro.

Carlão da Publique,
Fundador do Grupo Publique

Se encostar, é choque:
descubra o **Efeito Curbix®** contra os **percevejos*.**

Curbix®.
Choque de verdade, safra de qualidade.

*Percevejo-marrom (*Euschistus heros*) e percevejo-verde-pequeno (*Piezodorus guildinii*).

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 RECEITA; E UTILIZE SEMPRE OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL.

Abril/2021

Com 3 ativos
em um só fungicida,
potencialize a proteção
da sua soja.

Fox® Xpro.
A evolução da confiança.

Conheça as
soluções Bayer
para a soja em
agro.bayer.com.br

Curbix®

Fox® Xpro

PORTFÓLIO AGRÍCOLA

Defensivos agrícolas, sementes, fertilizantes, nutrição de plantas e outros (produtos biológicos, inoculantes, adjuvantes, silo bolsa etc.);

4.500 clientes no segmento.

PORTFÓLIO PECUÁRIA

Herbicidas e inseticidas para pastagens, sementes, fertilizantes e nutrição para pastagens, saúde animal, nutrição animal, arames e equipamentos.
21.500 mil clientes no segmento.

SUMITOMO CORPORATION

Líder em trading | mais de 140 escritórios em 66 países; 24 escritórios no Japão.

Grupo com mais de 950 empresas e mais de 85.000 funcionários.

CONCEITOS CHAVES

Portfólio completo de produtos e serviços
Credibilidade
Imagem
Confiança
Segurança
Multinacional com ação local
Serviço diferenciado
Entrega parcelada e segura
Reciclagem reversa
Análises
Tecnologia
Controle de Qualidade
Simplicidade

LINHA DO TEMPO

1983
Nasce a Agro Amazônia

2015
A multinacional japonesa, Sumitomo Corporation, adquire 65% de participação na distribuidora

2018
A Sumitomo adquire os 35% restantes da participação

2020
A Agro Amazônia atinge 42 lojas em sete estados

AGRO AMAZÔNIA

Filiais

Ariquemes (RO)

Água Boa (MT)

Boa Esperança (MT)

Nova Maringá (MT)

Tapurah (MT)

>>>

Nós, da Bayer, agradecemos pela aliança com a Agro Amazônia, que se solidifica ano após ano e, ao mesmo tempo, expande-se por todo o Cerrado Brasileiro. Compartilhamos de valores e princípios que, no final do dia, têm como foco maior o produtor rural. O sucesso do produtor rural é o nosso sucesso!

Neste sentido, através de sua equipe técnica capacitada e dedicada, a Agro Amazônia tem promovido a introdução de novas tecnologias em produtos e serviços, entendendo e atendendo os produtores rurais de forma diferenciada.

Bayer e Agro Amazônia valorizam a agricultura e trabalham incansavelmente para trazer inovações, ferramentas digitais, informações para 'dentro e fora da porteira', e, com isso, assegurar que cada vez mais tenhamos o agronegócio nos altos padrões de responsabilidade social e de sustentabilidade.

Parabéns, Agro Amazônia, e que esta aliança siga forte!

Cassio Greghi,
Diretor Executivo de Negócios da Bayer

TUDO EM VOCÊ É AGRO.

OS ACESSÓRIOS DO SEU VEÍCULO,
COMO O BANCO DE COURO, VEM DO AGRO.
COMO TAMBÉM A ROUPA QUE VOCÊ USA,
O SAPATO QUE VOCÊ CALÇA,
O MEDICAMENTO QUE VOCÊ PRECISA PARA SAÚDE,
TUDO AQUILO QUE VOCÊ BEBE,
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.

Assista ao Filme da Campanha.

www.**grupopublique**.com.br

PUBLIQUE AGÊNCIA
PROPAGANDA & MARKETING
A AGÊNCIA DO AGRONEGÓCIO
FALA CANÃO
A PRATELEIRA DE CIMA DO AGRONEGÓCIO
AR
AgroRevenda
FALANDO de Bichos
TUDO DE PET. TUDO DE BOM.
RECALCULANDO
O AGRONEGÓCIO FORTALECE A ECONOMIA BRASILEIRA.
É A NOSSA VERDADEIRA VOCAÇÃO.
O GRUPO PUBLIQUE VESTE ESTA CAMISA DESDE 1988.
GRUPO
PUBLIQUE
PRESENÇA TOTAL NO AGRO

GRUPO PUBLIQUE

Desde 1988

PRESENÇA TOTAL NO AGRO

Conheça todos os nossos negócios, produtos e serviços.

PUBLIQUE AGÊNCIA
PROPAGANDA & MARKETING
A AGÊNCIA DO AGRONEGÓCIO

publique.com

PRODUTOS / SERVIÇOS

Agência de Propaganda
Assessoria de Imprensa
Audiovisual
Banco de Imagens
Consultoria & RP
Editora
Eventos
Marketing Digital
Publique News
Publique Views

FALA CARLÃO
A PRATELEIRA DE CIMA DO AGRONEGÓCIO

@falacarlao

PRODUTOS / SERVIÇOS

Programa Fala Carlão
Domingão do Carlão
Cobertura de Eventos
Apresentação de Lives e Eventos Presenciais e Digitais
Mestre de Cerimônias
Coordenação e Mediação de Debates

AR AgroRevenda
A Plataforma de Conteúdo da Distribuição Agro

agrorevenda.com.br

PRODUTOS / SERVIÇOS

Revista Impressa
Portal AgroRevenda
Canal AgroRevenda
Papo de Prateleira
AR News
Podcast Radar Agro

FALANDO de Bichos
TUDO DE PET. TUDO DE BOM.

@falandodebichos

PRODUTOS / SERVIÇOS

Canal Falando de Bichos
Comunidade Instagram
Encarte Rev. Agrorevenda

RECALCULANDO
SAÚDE E FELICIDADE

@canalrecalculando

PRODUTOS / SERVIÇOS

Canal Recalculando
Comunidade Instagram
Cursos
Palestras
Coach
Consultoria

PUBLIQUE NEWS · PODCAST RADAR AGRO · Canal AgroRevenda · Papo de Prateleira · ARNews · PUBLIQUE VIEWS

www.grupopublique.com.br

Monty's Plant Food Company começa suas operações no Brasil

Criada por agricultores para agricultores, a Monty's Plant Food Company iniciou, em abril, suas atividades comerciais no Brasil, com o objetivo de oferecer soluções inovadoras e sustentáveis para o manejo da qualidade do solo e nutrição de plantas em lavouras em todo o País.

A Monty's é reconhecida mundialmente por seus produtos de alta qualidade para plantas mais saudáveis e bem nutridas, promovendo um melhor aproveitamento da fertilidade do solo e, assim, proporcionando altos rendimentos aos produtores. São soluções exclusivas e patenteadas de condicionamento de solos, fórmulas combinadas de substâncias húmicas e fúlvicas, todas já aprovadas para aplicação nas mais diversas condições edafoclimáticas. Além disso, a Monty's conta com uma equipe de engenheiros- agrônomos consultores, que oferecem assistência técnica, dando suporte sobre as características dos produtos e sanando as dúvidas de agricultores e técnicos do mercado.

A empresa traz como carros-chefes três produtos ao mercado brasileiro:

Monty's® Liquid Carbon™ (MLC) e **Monty's® Dri-Carbon™(MDC)** - Com tecnologia húmica ativada, são únicos no mercado. O MLC e MDC da Monty's são condicionadores de solo projetados para reduzir a compactação do solo e melhorar a sua saúde geral. Ambos podem ser facilmente aplicados durante todo o ano, especialmente em misturas com herbicidas durante as operações de burndown. Aumentam a absorção de micronutrientes e a decomposição de resíduos vegetais, melhorando a saúde e a vitalidade do solo e maximizando a produção e a produtividade. Os principais benefícios do uso contínuo do MLC e do MDC são:

- Reduzir a compactação do solo;
- Melhorar a saúde geral do solo;
- Ser de fácil aplicação durante o burndown;
- Aumentar a absorção de micronutrientes;
- Melhorar a decomposição de resíduos da planta;
- Ter flexibilidade de mistura de tanque para uso durante todo o ano.

MagmaHume™ Fortificador de Plantas - Combinação inovadora e única de basalto, fonte silício, micronutrientes primários e secundários e ácidos húmicos ativados de propriedade da Monty's, o MagmaHume foi projetado para melhorar a fertilidade e a saúde do solo. É um produto natural, orgânico e equilibrado para um melhor crescimento da lavoura, trazendo mais homogeneidade e energia para as plantas. E ainda:

- É um fortificante de solo e planta (dupla ação);
- Seus nutrientes essenciais auxiliam na fotossíntese, produção de enzimas, catalisando processos essenciais da planta e apoiam a resistência da planta;
- Melhora a saúde geral do solo, reduzindo a compactação, aumentando a absorção de micronutrientes e a atividade microbiana;
- É ideal para culturas que exigem sílica e nutrientes, como milho, soja, arroz, cana-de-açúcar, trigo, pastagens e tomate;
- O produto peletizado é uniforme, de baixa poeira, com doses baixas e fácil de distribuir no campo;
- O basalto é processado para maximizar a interação da área de superfície com húmicos ativados, aumentando a solubilidade dos nutrientes;
- É misturável e compatível com outros fertilizantes sólidos.

Para mais informações, acesse o nosso site: www.montysplantfood.com ou ligue para o SAC 065 99983 4503.

2021 é tecnologia que não tem fim

É um caminho sem volta. Exigente e inebriante. Agronegócio Brasil não vive mais sem Ciência e Conhecimento

Eles são gigantes. Com os pés fincados em todas as partes desse planeta. E comungam um destino comum. Estão 'condenados' ao sucesso. A Cargill é a gigante americana fundada em 1865. Atua em processamentos e grãos, produção de alimentos, portos privados, gestão de riscos e nutrição animal. São 155 mil funcionários e marca presente em 70 países. O Lavoro Fundo Pátria é uma das maiores plataformas de distribuição de insumos agrícolas do mundo. Já o Rabobank nasceu em 1910, tem sede na Holanda e é um banco que se mostra diferente. Atua em 40 países, tem mais de 40 mil funcionários e conta com 8,7 milhões de clientes, sendo líder do agro mundial, focado integralmente no setor, com conceitos de sustentabilidade e cooperação.

Por trás das corporações, sempre existiram esses elementos conhecidos como 'seres humanos'. São agrônomos, administradores de empresas, gente, executivos, pensadores, gestores. Que amam trabalhar, criar, liderar. Mas também gostam de exercícios físicos, leitura, velocidade, gastronomia, de conviver com a família, passear com os filhos, namorar, tocar fazendas, criar cavalos, comer churrasco, reunir amigos, andar de bicicleta, viajar, tomar vinho, visitar a roça, nadar na cachoeira, fazer trilha ou yoga.

A Revista AgroRevenda acompanhou novas conversas do nosso parceiro e amigo Marcelo Prado, CEO da MPrado Consultoria Empresarial, com líderes de corporações mundiais do Agribusiness. E o resultado foi uma nova lição sobre o que se passa com o Agro Brasil e as perspectivas para 2021. Acompanhe.

PAULO SOUZA

PRESIDENTE DA CARGILL NO BRASIL

Vamos continuar crescendo, mesmo com a nova onda de Covid-19. O Agro vai continuar sendo o motor da economia brasileira. Assim como o fortalecimento do dólar, que está como uma 'rocha'. O real mais desvalorizado ajuda o segmento. E o panorama não deve mudar, pois o Brasil não faz as reformas necessárias para trazer mais tranquilidade ao ambiente de negócios.

Existem explicações para a valorização das commodities. Os estoques de passagem de grãos vêm caindo ano após ano. A China, que é o maior produtor e consumidor de carnes do mundo, sofreu e ainda sofre os efeitos da Peste Suína Africana (PSA). E só agora começa a se recuperar. São vários fatores que levam a cenário de alta para as commodities. E a pandemia trouxe, sim, muitas incertezas, antecipação de compras, de formação de novos estoques. Comprar mais cedo. Garantir produtos na mão. E isso foi bom para o Agro Brasil. Para as safras 2020 |2021 e safrinha do milho.

O Agro do Brasil segue chamando a atenção dos investidores. Foi assim no grande boom de 2008 – 2013. Caiu um pouco nos anos seguintes, mas vem se mantendo bem até agora e aproveitou a maré de juros internacionais baixos dos anos mais recentes. Não olho os próximos cinco anos com uma explosão de crescimento. Penso que vai continuar positivo, tendo bons parceiros internacionais, mas nada de espetacular.

A Logística brasileira melhorou demais nos últimos dez anos. A safra de 2020 fluiu muito bem, foi a melhor da história em execução. Mesmo com pandemia. Sem problemas de filas em Santos e Paranaguá, o clima ajudou. A saída norte contribuiu demais no fluxo. As saídas de Itacoatiara, Santarém, Itaituba, ali-

viando a pressão nas rotas do Centro-Sul. Foi relevante, também, o ganho de eficiência das ferrovias. E há projetos muito bons sendo tocados pela Rumo Logística e a Ferrogrão, novas concessões, extensões de malhas, envolvendo Rondonópolis, Lucas do Rio Verde, Sinop e o Pará. Vão trazer muita segurança ao Agro. Na área de portos, os investimentos devem ser menores até porque há uma grande capacidade ainda a ser operada.

A sustentabilidade é o grande desafio do nosso setor. A questão do desmatamento é o grande entrave com os atores globais. Porque também envolve queimadas, emissão de carbono. As novas fronteiras agrícolas precisam estar atentas. Neste caso, intensificação na Pecuária é chave. Temos que entender que as grandes nações desmataram, sim, há séculos. Mas, hoje, gastam muito dinheiro para mudar suas matrizes energéticas e não vão aceitar países poluindo a atmosfera, destruindo áreas verdes, sem boas práticas. E não podemos permitir a criação de duas categorias de agronegócio. O consciente e o violador. Isso seria péssimo para a atividade, a eficiência, os preços. Temos que nos acostumar com as pressões porque elas virão, certamente.

Não devemos ter fontes do Governo brasileiro falando mal de clientes. A China é o maior parceiro nosso e, também, dos minérios do Brasil. Temos negócios conjuntos absolutamente conjugados, como no caso da soja. Parceiros naturais. Criar problemas com parceiro natural não é inteligente. Não ganhamos nada com isso.

O negócio de grãos é difícil, exige altos investimentos e é muito competitivo. Cada vez mais, as corporações se voltam para novos produtos, seja em nutrição animal ou humana, bens de consumo, artigos de maior valor agregado. O acionista persegue um bom investimento com retorno melhor, sempre. É uma tendência vigente há 15, 20 anos, e não vai mudar.

O protecionismo ocorre de todos os lados. No mundo todo. No caso brasileiro, os principais obstáculos são a carga tributária e a falta de uma rotina de buscar bons clientes lá fora. Ir atrás de consumidores internacionais dá trabalho e é uma visão de longo prazo das empresas mais vitoriosas neste campo.

O básico da boa venda futura é travar o ganho, cumprir o planejado dos gastos na propriedade, garantir a margem que é vislumbrada pelo agropecuarista e cumprir os contratos. É fazer e zelar pela escolha feita.

Especular é uma palavra com sentidos diferentes nos países. O que a Cargill faz, e é boa nisso, é gerenciar riscos, permitindo exposições aos mercados de uma maneira controlada, que nos trazem ganhos. Todas as nossas compras feitas no campo são 'hedgiadas'. Nós gostamos de tomar o risco do prêmio, da base. Ninguém tem bola de cristal. Agora, avaliação de preços com análise local e operação na bolsa, nós fazemos. O agro, em geral, é gerenciamento de risco, venda antecipada travando margens. Já a especulação, na minha opinião, é receita para o desastre.

O produtor vai ter um cardápio cada vez maior de possiblidades de financiamento daqui para frente. Os bancos particulares estão aumentando sua exposição ao agro, fintechs estão baixando os custos de intermediação e continuo vendo o papel forte das empresas de químicos e fertilizantes, e das trades, de azeitar essa máquina toda e garantir ao sistema financeiro que o grão vai ser entregue e a própria empresa repassa o dinheiro ao banco ou à distribuidora de insumo. O novo ecossistema financeiro está barateando o crédito ao produtor, vai ser uma fauna mais variada, mas não vejo a extinção do outro modelo.

A questão de armazenagem tem realidades bem distintas no Brasil. Posso dizer que o nosso volume Cargill mais do que dobrou nos últimos dez anos e o crescimento do nosso parque de armazenagem foi menor, não mais do que cinco unidades, em algumas regiões específicas. Acho que o giro é o que importa, tirar produto da propriedade. Para quem deseja armazenar mais para comercializar ao longo do tempo, OK. Para a trade, faz sentido o grão estar na propriedade e nós termos capacidade de advogar com o mercado e menos custo de capital. Funciona bem para nós a armazenagem da propriedade. Termos vários pontos de embarque é bem melhor.

A estratégia da empresa, o estágio da corporação e a posição do Conselho e dos acionistas é que são decisivos para escolher de onde vem o líder, o gestor contratado. Se o executivo é treinado na própria casa ou vem do mercado. O agro tem ciclos longos, o custo é altíssimo, as carreiras tendem a ser mais longas do que outros segmentos. O setor normalmente opta pela 'prata da casa' ou de outra companhia também do Agro. Nos outros setores, funciona diferente. Com uma contratação, dá para revolucionar a empresa internamente, fazer transformações. O importante é que a decisão nasça dos objetivos pretendidos pelo Conselho e pelos acionistas.

O Brasil e os Estados Unidos têm um alinhamento histórico. Somos a maior empresa americana no Brasil. Vários CEOs veem este relacionamento com muita maturidade. Os vínculos são muito paralelos entre os dois países. Vai continuar sendo uma aliança muito sólida.

A safra é boa, mesmo com o clima não tendo sido o esperado. Precisamos de foco nos contratos, na estabilidade, o mundo está de olho na gente. As grandes nações enxergam o que o Brasil faz e não o que diz. Uma maçã podre pode espalhar podridão para a caixa toda. Espero que 2021 seja um período de respeito ao Código Florestal, venda de produtos feitos com mais responsabilidade, ao lado dos parceiros, mostrando o nosso valor e a qualidade do agro brasileiro.

ROGÉRIO CASTRO

PRESIDENTE DO CONSELHO DA LAVORO FUNDO PÁTRIA

Em geral, existem empresas que são gestoras de fundos de investimentos. É o caso do Pátria, que atua em quatro áreas. Crédito, propriedades, infraestrutura (concessões) e investimentos em fundos que investem em outras empresas. O caso do Pátria é o último, além de ser o que envolve mais recursos. Hoje, temos seis fundos. Inativos, em operação e outros encerrando atividades. Dois deles investem em Agro. É uma empresa à parte, que investe em Saúde, Alimentos e Bebidas, e o Agro, atuando há cerca de quatro anos, hoje com cerca de vinte empresas administradas.

Nossos primeiros investimentos foram em empresas de café, fertilizantes foliares, logística, transformação do açaí, hidrovias. Somos uma empresa brasileira com atuação geográfica em toda a América Latina. Países como Brasil, Paraguai, Chile, Colômbia, Equador, Peru e Chile têm a agricultura como setor de destaque. Se a região tem vocação em Agricultura, faz sentido o Pátria investir no setor.

A consolidação faz sentido justamente por existirem setores muito pulverizados, fragmentados. É o caso da Distribuição de Insumos. E a agricultura tem o risco como motivação do negócio. Estamos com algodão, soja, citros, cana, batata, açúcar, café, flores, participação em diversas culturas, nove estados brasileiros, e fazendo negócios nos outros países. Quase toda a Colômbia, no Peru e escritórios em mais três países.

O que o produtor mais valoriza em um distribuidor ou revenda é a presença do parceiro no negócio dele. E, na pandemia, essa característica foi muito importante. Outro fator que atrai o produtor é a confiança. Estar ligado ao cliente, criar envolvimento. Isso é o que vai trazer sucesso à distribuição. E não deve ser diferente na Europa, Ásia, América. Mesmo envolvendo nações de culturas diferentes. Pois essa realidade durante a pandemia fez o mundo digital aflorar. Em nosso caso, também. E a confiança e a presença foram fundamentais nesta transição da digitalização.

Tenho quase certeza de que o futuro é da integração entre a venda digital e a venda física. Temos hoje 125 lojas, lançamos a plataforma #comprelavoro. E decolou rápido. O pessoal faz o pedido na loja virtual e vai pegar na loja física. Veja, não adianta abrir um escritório em São Paulo e querer vender insumos agropecuários em Rondônia, Tocantins, Maranhão etc. Precisa da logística próximo aos agricultores.

O Agro ainda tem muito a explorar no mundo digital. A disruptura não me preocupa tanto. O que acho importante é a agregação de valor. Por exemplo, estive em Israel duas vezes e vi muita coisa legal, ideias sensacionais, inovadoras. No crédito, nos serviços, no monitoramento, agregação de valor nos agroquímicos, biológicos, no monitoramento. Conheci uma empresa, por exemplo, que fazia um trabalho muito interessante. Escolhia em um pomar de laranjas um grupo de mil pés. Ali, identificava a planta perfeita e, depois, analisava o que as outras 999 plantas tinham de deficiência em relação a tratamento fitossanitário, fertilização, exposição ao sol etc. Vejo iniciativas assim não como uma ameaça, mas como excelentes oportunidades de união, parcerias, valorização, eficiência, guerra ao desperdício. Sou otimista. Em Israel, vendo tanta novidade, eu me sentia uma criança na Disney. E existem empresas interessantes e inovadoras nos Estados Unidos, no Brasil. São empreendedores que desejam criar coisas com pouco investimento e um grupo pequeno de trabalhadores que podem ajudar bastante o Agro.

A oferta de serviços é um mercado adjacente da Distribuição, mas sempre foi um conjunto de opções muito simples. Armazenar o produto do agricultor, fazer controle de estoques, gerenciar serviços financeiros, obter agora o seguro agrícola, detectar doenças, pragas, ervas-daninhas resistentes, prever a colheita, calcular frutos por planta. Quando tudo estiver em um software, dentro de um trator, ligado à meteorologia, definindo se o lavrador sai para plantar ou aplicar no dia seguinte, vai ser ainda mais efetivo. Se o distribuidor consegue ajudar nesse sentido é maravilhoso. Porém, o módulo rural influencia muito o aumento da oferta de serviços. Um exemplo: quem tem trator é mais rápido para aproveitar a janela de plantio e colheita, que é curta. Logo, não vai querer comprar um plantio mecanizado terceirizado. Por outro lado, tem gente que gosta de opinar, perguntar, checar que ingredientes e materiais você está usando, está ofertando. E esse segmento é bem grande na agricultura. Gente que não gosta tanto de delegar o serviço à distribuidora. Com pequenas propriedades, os serviços crescem bem mais. Como a armazenagem oferecida pelas cooperativas no Sul do Brasil. Classificação, limpeza e comercialização já são serviços que fazem parte da cultura do agro daqui. Mas o prestador de serviços tem que ficar de olho em gastos, maquinários, fazer contas na ponta do lápis

.

Não consigo cravar como vai ficar o mundo do trabalho depois da pandemia. Qual será o tamanho do serviço realizado em casa e aquele externamente. Ouvi, um dia desses, uma observação interessante de um amigo sobre o tema. Ele falou: 'Tudo fluiu muito bem na pandemia com o home office, mas não sei se poderia criar a empresa trabalhando dentro de casa'. Penso que muitas atividades vão voltar a ser externas, outras vão seguir dentro de casa. E, certamente, vai haver uma racionalização das viagens longas e estressantes, principalmente quando forem para tratar de questões que as plataformas de reuniões no computador resolvem da mesma forma.

É inquestionável a vocação do Brasil para o agronegócio e a importância do setor para a economia do País. Nós exploramos nosso território de uma forma bem mais inteligente e sustentável do que muitos países. Mas somos péssimos em marketing, vendemos muito mal nossa imagem. Exploramos pouco a agregação de valor de nossos produtos. Precisamos de diretores de marketing que vendam nossa capacidade. O resultado atual é que sobram para a gente as notícias ruins. Fogo e desmatamento, por exemplo. O nosso papel é vender melhor o nosso País, porém é um trabalho para várias gerações.

Penso que os líderes empresariais modernos precisam ter empatia, inspirar as equipes pelo exemplo, ser conciliadores, agregadores, ter um propósito de atuação, um projeto claro e definido de gestão, ser mais tolerantes com o diverso e mais intolerantes e aguerridos com os maus exemplos de ética, segregação, humilhação, opressão e perseguição.

As pessoas é que dão o movimento das empresas. Para frente, para trás ou na estagnação. Temos, hoje, 20 empresas em diversos países. Muitos sócios, que agregam bastante, têm conhecimento, bagagem, histórias, passaram por crises. Conversar com uma pessoa que tem uma empresa que você comprou e ele tocou o negócio durante trinta anos é uma honra. A mistura é muito legal, nunca havia experimentado em minha carreira. Estou entusiasmado. É uma colcha de retalhos interessantíssima, que vai nos ajudar muito na consolidação da distribuição.

Vamos encontrar saídas alternativas para essas vacinas, sairemos de novo às ruas. Sofri bastante com a Covid-19 porque tive parentes que pegaram a doença, alguns colaboradores na empresa também. Foi um período muito difícil. Entretanto, estou bastante otimista. Fizemos um belo trabalho em 2020 e em 2021 vai ser igual. O agro vai continuar segurando esse Brasil.

> “Tenho quase certeza de que o futuro é da integração entre a venda digital e a venda física. O pessoal faz o pedido na loja virtual e vai pegar na loja física. Veja, não adianta abrir um escritório em São Paulo e querer vender insumos agropecuários em Rondônia, Tocantins, Maranhão etc. Precisa da logística próximo aos agricultores.”

FABIANA ALVES

DIRETORA EXECUTIVA DE CORPORATE CLIENTS DO RABOBANK BRASIL

Somos uma cooperativa da Holanda, que nasceu da união de uma centena de outras cooperativas. Por isso, temos o Agro em nosso DNA. Não temos donos. Operamos no varejo, mas com atendimento especializado no agronegócio. A Holanda tem uma população menor do que São Paulo, mas exporta em valor mais do que o Brasil inteiro. Ganhamos espaço em outros países, estamos aqui há mais de trinta anos, atendemos empresas globais, estendemos nossas operações às usinas há mais de vinte anos e abrimos uma nova unidade de negócios, chamada Rural, de agronegócio primário de larga escala. A Rural mantém 17 agências hoje, no Brasil inteiro, com escritório na capital paulista, atendendo as empresas antes e depois da porteira, além de 1.500 produtores rurais.

O Brasil tem uma característica distinta quando falamos de cooperativas em relação à Holanda. Aqui, vimos duas ou três cooperativas disputando a mesma área de plantio. Não penso ser uma atitude em que várias partes ganham. Nosso conceito é crescer em um mundo melhor atuando juntos. Temos uma cultura muito forte nesse sentido. Não ficamos pensando se a ação vai subir na Bolsa de Valores na semana que vem.

No Brasil, não somos uma cooperativa, mas atuamos assim, temos compromissos com a sustentabilidade, a sociedade e o meio ambiente. Poderíamos ter mais parcerias para investimentos em digitalização, que exigem grandes investimentos, sem falar no aspecto da profissionalização. No longo prazo, acreditamos que algum tipo de parceria vai ocorrer neste segmento cooperativo.

Nossa visão é de que o primeiro semestre da economia brasileira ainda vai ser muito difícil, mas com uma recuperação no segundo semestre. Fechando o ano com um crescimento geral entre 2% e 3%. Logo, sem não vivermos nenhuma catástrofe. Devemos ter uma elevação na taxa de juros assim como um crescimento na inflação, mas no fim das contas, o saldo pode ser ainda positivo. Já para o Agro, a perspectiva é bem melhor, pelo menos 5% de avanço. Em toda a cadeia. Reafirmando-se como o único segmento nacional com ganhos efetivos de eficiência. O mesmo não ocorre com a indústria. Nem com os serviços, que até viveram um boom no fim da década de 2010, mas muito mais pela demanda do que por produtividade mesmo. Se o Brasil tivesse apenas mais um setor com o ganho apresentado pelo Agro, estaríamos em outro patamar, mais elevado.

Nossa expectativa para o câmbio em 2021 é chegar ao fim do ano com algo em torno de R$ 5 e R$ 5,1. E o dólar a R$ 5 ainda é um ótimo valor para o Agro. Mas não vamos esquecer que nosso País é uma caixinha de surpresas. Pode haver turbulências internas.

Falando de crédito rural e seguro rural, entendemos sempre que a concorrência é um caminho extremamente favorável para o financiamento de qualquer atividade produtiva, em qualquer país. Quando a taxa de juros era de dois dígitos, os players do mercado tinham que calcular o custo de captação, adicionar as suas margens e ir atrás dos clientes. Hoje, as empresas têm uma visão mais crítica sobre carregar essa dívida no próprio balanço, ocupar o espaço de concessão de crédito mesmo não sendo tão rentável como antes. É um movimento da cadeia de reorganizar o financiamento, deixá-lo onde ele é específico, bancos, e agora, também, o crescimento do mercado de capitais. Vivemos uma mudança de cenário. Sem falar que, em termos de eficiência do financiamento na cadeia, esta deve ser mesmo a solução. Hoje, todo mundo faz a mesma análise, todo mundo correndo o mesmo risco de crédito. Porém, com a digitalização, o blockchain, a tendência do financiamento do agro é ter um processo mais simplificado.

O agricultor brasileiro tem um incentivo complicado, que é operar sob o regime de caixa, dado o incentivo tributário. Eu não sou contra o incentivo, mas acho que o setor é extremamente profissional e competitivo, até internacionalmente falando. Mas tem o déficit na gestão financeira, que afeta a capacidade de tomar decisões de políticas de investimentos. Nos Estados Unidos, os controles tributários e financeiros são muito mais simples. No Brasil, com duas, três ou até quatro safras, quando tem integração, a nossa vida financeira fica mais complicada. O dinheiro que está no banco não representa o resultado da atividade. Dentro do caixa, tem até três safras ocorrendo. Com inúmeras operações em andamento e ao mesmo tempo. Comercialização, antecipação de compras, planejamento de nova safra, custo de armazenagem, contratação de seguros, atuação em diversas regiões. Quanto mais os produtores brasileiros estiverem na tecnologia de ponta, e estamos, é melhor. E sempre atentos ao fato de que o setor é de investimento intensivo e de alto risco. A gestão financeira simplificada de entradas e saídas, comprei e vendi, não atende aos desafios de uma agricultura dinâmica, que envolve compra e manutenção de equipamentos, investimentos em sustentabilidade, novas tecnologias, operações digitais etc.

Usamos a expressão 'bancabilidade' para analisar como o agricultor ou a empresa é vista pelo mercado financeiro, sob o ponto de vista do risco. O risco sempre foi definido como a capacidade de honrar uma dívida, mas atualmente ganhou uma amplitude muito maior. Para dar um exemplo, vimos como a pandemia trouxe riscos operacionais inimagináveis. Como parar uma fazenda, um negócio que tem produção viva, plantio, colheita, procedimentos de conservação de produtos? Impossível parar. Logo, precisamos adotar uma gestão de riscos e operações tremenda diante do novo coronavírus. Agora, os riscos passam por diversos itens. Maquinário, planejamento de produção,

diversificação regional, fatores climáticos etc. E há outro detalhe vital. Desde que o Rabobank chegou ao Brasil, fomos os primeiros a falar de sustentabilidade. Lançamos guias de sustentabilidade socioambiental quinze anos atrás. Hoje, esses padrões são universais e fundamentais. Um produtor é autuado ou tem problemas com o licenciamento ambiental. É um problema grave para a 'bancabilidade'. O agricultor é monitorado a todo instante. E existe a determinação do Banco Central sobre riscos controlados para a suspensão de crédito. E é um risco vigiado pelos bancos. Hoje, temos acompanhamento por satélite. Outro risco que cresceu absurdamente são os do Compliance. É uma pressão mundial. Prevenção de lavagem de dinheiro, questões de envolvimento com verbas públicas. Tudo isso hoje é fiscalizado. A porta de entrada de um cliente em um banco não é mais apenas a operação comercial. O risco agora é visto de uma forma muito mais ampla.

O Brasil vislumbra aumentar sua contribuição para a cadeia produtiva mundial de alimentos. Por isso mesmo, precisamos estar atentos à nossa licença de sermos o 'celeiro do mundo'. Não é uma licença eterna. Precisamos ouvir o mundo. Nossa reputação ambiental está abalada. E acho até injusto porque muitos fatos alardeados no mundo não são verdades e são misturados com ilegalidades concretas. Mas falamos pouco sobre o quanto aplicamos em agricultura sustentável, como nossa legislação é moderna, o quanto o produtor brasileiro contribui com a preservação de florestas e áreas sensíveis. Precisamos de um trabalho do Governo e da cadeia inteira para limpar nossa reputação. Se estamos focados no mercado global, precisamos ouvi-lo, dar transparência, rastreabilidade, conforto ao que o cliente global deseja. E alcançar uma reputação incontestável.

A concentração de nossas exportações para a China é grande, mas nada tão preocupante. Por outro lado, há necessidade de irmos atrás de mercados que pagam bem, pagam melhor, por produtos de valor agregado. E eles vão pedir padrões, fazer exigências. O Rabobank entende que precisamos de muito mais cooperação. Entre os diversos clientes, as diferentes nações. Independentemente de comprarem commodities ou produtos sofisticados. Temos que criar com todos, relações comerciais e de confiança duradouras, justas, não oportunistas. Buscar relacionamento, ações diplomáticas, acordos comerciais. Só assim conseguiremos abrir novos mercados.

O País tem programas sólidos de apoio aos pequenos proprietários. E eles precisam continuar. O seguro agrícola é um instrumento de proteção e suporte à agricultura brasileira. A diferença entre nosso sistema e o americano é que lá o governo oferece o seguro e aqui fazemos o inverso, damos crédito barato. Logo, muitos se endividaram, não conseguiram pagar e abandonaram as propriedades. E o seguro é importante demais neste quesito. Com o seguro, as pequenas propriedades se sustentam e podem ir atrás de crédito. Assim, deveriam perseguir novos modelos de produção, diferentes, adequados, com maior valor agregado. Um olhar diferente, de aplicabilidade de vocações. Sem falar nas propriedades improdutivas do País. Em nossas estimativas, poderíamos dobrar a produção só viabilizando as áreas agrícolas já existentes. O agro brasileiro não é um só. A parte com renda subestimada é muito diferente do agro de larga escala e cada um precisa de uma política específica. O seguro é universal. E o foco em milhares de áreas precisa ser em Educação, Informação e Vocação. Nossa antiga Emater (Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural), por exemplo, precisa voltar, mesmo que em um formato diferente, que permita que o pequeno otimize sua produção.

A digitalização realmente significa uma tempestade de ofertas ao agricultor. São serviços, modelos, ofertas superespecializadas que resolvem problemas de aplicação, controle de pragas, gestão, assistência, finanças. O dilema do agricultor hoje é por onde começar. São tantas as possibilidades. Muitas ofertas param na etapa e coleta informação. Sem deixar claro o que o produtor faz daquela informação, que decisão toma. Caso contrário, você vai ter um enorme banco de dados sem saber o que fazer. No médio e longo prazo, precisa de análise e gestão. Mas é um caminho sem volta.

O Agro não para. Nem na pandemia parou. A resiliência do segmento foi fenomenal. E deve continuar assim. É um legado para tudo, para todos. Precisamos dos produtores, cuidando de si, da sua operação agrícola, da sua família. E o mais importante: cuidando de sua 'bancabilidade'. Você precisa que seu negócio e seus parceiros permaneçam fortes, vigorosos. E que todos tenham uma boa safra. AR

> "Nossa expectativa para o câmbio é chegar ao fim do ano com algo em torno de R$ 5, o que ainda é um ótimo valor para o Agro. Mas não vamos esquecer que nosso País é uma caixinha de surpresas. Pode haver turbulências internas."

BRASIL RURAL

5 milhões de propriedades agropecuárias.
25 mil (0,5%) são responsáveis por 52% da produção total.
2,5 milhões de propriedades lucram menos de dois 2 salários-mínimos por mês.

AGRO BRASIL

PIB cresceu 9% em 2020 | Atingiu R$ 1,75 trilhão.
Valor Bruto de Produção (VBP) cresceu 17,4% em 2020.
PIB deve avançar 3% em 2021 (previsão da Confederação de Agricultura e Pecuária do Brasil - CNA).
VBP deve avançar 4,2% em 2021 (CNA).
Participação de empresas do agro na B3 não chega a 5%.
Exporta R$ 1 milhão por minuto.
Abriu 61.637 mil vagas de trabalho. em 2020 | Melhor resultado desde 2011.
Vagas de trabalho: soja (13.396 vagas), café (6.284 vagas), criação de bovinos (11.598 vagas), criação de aves (5.993 vagas).

UM NEGÓCIO DO
GRUPO PUBLIQUE
PRESENÇA TOTAL NO AGRO

EMAGRECER 75 KG SEM BARIÁTRICA!

ESTA E MUITAS OUTRAS BOAS MOTIVAÇÕES PODEM MUDAR A SUA VIDA E SEUS NEGÓCIOS.

O CARLÃO DA PUBLIQUE, COM SUA HISTÓRIA DE EMPREENDEDORISMO E SUPERAÇÃO E, ATRAVÉS DE EXPERIÊNCIAS REAIS, PESSOAIS E PROFISSIONAIS, TEM MUITA INFORMAÇÃO E DICAS VALIOSAS QUE PODEM MUDAR A SUA VIDA E DO SEU NEGÓCIO.

CONTRATE AS PALESTRAS MOTIVACIONAIS, CURSOS E APRESENTAÇÃO DE PROJETOS ESPECIAIS DO CARLÃO DA PUBLIQUE PELAS PLATAFORMAS RECALCULANDO.

NOSSOS CANAIS:

/RECALCULANDOCARLÃO
@CANAL.RECALCULANDO
/CANAL.RECALCULANDO

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

RECALCULANDO
SAÚDE E FELICIDADE

FALANDO de Bichos

TUDO DE PET. TUDO DE BOM.

Nº05 . AR88

A GENTE FALA PRA CACHORRO.
E DE TODOS OS PETS TAMBÉM.

Curta, siga e compartilhe **@FalandoDeBichos.**
Muita informação, dicas especiais e muito amor.
Afinal, tudo de Pet é tudo de bom!

PUBLIQUE

FALANDO de Bichos

TUDO DE PET. TUDO DE BOM.

Pet Society

UMA GIGANTE DO SEGMENTO DO BRASIL PARA O MUNDO

A Pet Society é uma das mais reconhecidas marcas do mercado pet, não só no Brasil como também nos diversos países onde a empresa está presente. Com uma filial na Flórida/EUA, a lista de destinos para onde a indústria exporta já soma quase 40 nomes na América do Sul, América do Norte, Europa, América Central, Ásia e África.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

A Pet Society tem uma forte atuação em projetos sociais desde a sua fundação, apoiando o trabalho de diversas instituições ligadas à assistência de pessoas e animais. O apoio é voltado principalmente a projetos que atendem pessoas e animais em risco, desenvolvem e geram inclusão à portadores de necessidades especiais e populações carentes com treinamento de cães-guia, além de ajuda para a manutenção de cursos profissionalizantes, abrigo de animais e grupo de animais terapeutas. Para citar algumas entidades, destacamos GRAAC, Fundação Dorina Nowill, AACD e Casa de Apoio Luz Divina, entre outros.

Em sua região de origem, a Grande São Paulo, a Pet Society instalou uma das mais modernas plantas fabris de produtos das categorias pet care e veterinária em toda a América Latina. O complexo atende a rigorosas normas internacionais de boas práticas, priorizando a segurança de colaboradores e cumprindo leis ambientais e de bem-estar animal para suas certificações.

Fundada em 2004, a empresa, focada em desenvolver e industrializar fórmulas inovadoras, seguras e de alta qualidade para cães e gatos, também chamou a atenção por adotar métodos diferenciados de testes dos produtos, que são usados e avaliados por profissionais especializados da área veterinária: médicos-veterinários e groomers (esteticistas animais que são referências), para garantir a eficácia.

A Pet Society pertence há um grupo que também atua desde 1986 nos mercados farmacêutico e cosmético humano. No site petsociety.com.br está registrada, com fotos de época, a linha do tempo e cada etapa relevante da formação do negócio, desde sua idealização por Marly e Luciano Fagliari.

"Nossa missão é desenvolver produtos inovadores e seguros para contri-

buir com o desenvolvimento do mercado pet, criando valor para todos os envolvidos nas nossas operações. E, para que isso seja uma realidade, nossos valores são bastante divulgados e levados a sério dentro da empresa: Honestidade e transparência nas relações com colaboradores, fornecedores e clientes; Respeito ao próximo, independente de sexo, cor ou posição social; Responsabilidade social e ambiental como agente ativo da sociedade onde atuamos; Melhoria contínua em todas as áreas da empresa; Constante busca por excelência no atendimento ao cliente. Todos esses valores sustentam a nossa missão e são os responsáveis pelo sucesso da empresa", diz a Diretora de Marketing, Cleiser Kurashima.

As linhas comerciais da Pet Society são Beeps, Magamazon, Pet Society Super Premium e PS Care, além das voltadas ao uso profissional, como Hidra e Soft Care. Os itens da marca podem ser encontrados em lojas de produtos pet, redes de distribuição do segmento e centros de estética animal.

A marca brasileira é uma das mais admiradas e aceitas no mercado pelo exigente público que ama animais de companhia. E, entre os objetivos da empresa, está o de se posicionar como uma referência de qualidade e inovação em todos os países onde atua, mostrando que é possível oferecer aos consumidores produtos para animais de companhia que surpreendam pela eficácia e alta qualidade.

"É importante ressaltar que, ao contrário de muitas outras marcas do segmento, a Pet Society é responsável por todas as etapas do processo de produção, desde a concepção dos produtos até os controles finais de qualidade. Hoje, estamos numa moderna fábrica localizada em Guarulhos, que segue à risca todos os protocolos de segurança e saúde, bem como realiza diversas iniciativas voltadas para a sustentabilidade", informa a Diretora Cleiser.

RESPONSABILIDADE AMBIENTAL

A Pet Society tem como prática atender a todas as legislações, normas e demais responsabilidades ambientais, controlando, detectando e monitorando o descarte de resíduos, embalagens, águas de lavagem dos produtos químicos e o transporte de produtos. Com o objetivo de contribuir efetivamente com a preservação do meio ambiente e a vida sustentável, foram desenvolvidos diversos produtos com o conceito Eco-Friendly. São produtos concentrados, que favorecem a utilização de embalagens menores e diminuem o consumo de energia, a quantidade de plástico, economizam espaço para transporte e armazenamento, reduzindo a redução da emissão de carbono (CO_2) e outros gases causadores do efeito estufa.

Aquela dor chata QUE PODE SER EVITADA

Os pets são muito suscetíveis a dores de ouvido. Conheça as principais causas e saiba como tratar as teimosas otites

Os animais de estimação precisam de um ambiente limpo e sem umidade para viver com saúde. Quando eles são mantidos em locais sem estas condições, acabam expostos e se tornam vulneráveis a vários problemas. Entre os mais comuns e desconfortáveis estão aqueles definidos como otites, que consistem em infecções e inflamações de ouvido causadas por fungos ou bactérias.

A otite em cães e gatos se manifesta por várias causas. Ela pode ser externa com possibilidade de persistir e se tornar uma doença classificada como crônica, caracterizada por uma inflamação resistente que atinge de 5% a 20% da população de cães e gatos. A outra forma de otite é a aguda, que se caracteriza por crises que aparecem mais vezes, mas não são prolongadas.

SINAIS DE OTITE

Os sintomas das otites em cães e gatos é o movimento frequente de balançar a cabeça, na tentativa de "bater as orelhas", possibilidade de agressividade não observada antes, irritabilidade ao ter as orelhas tocadas, vermelhidão no local, pele áspera e espessa de cores diferentes, falta de apetite, apatia ou inquietude e coceira intensa no local.

COMO EVITAR AS OTITES EM CÃES E GATOS

No caso das otites, as inflamações no canal auditivo podem provocar dor e, em situações mais graves, levar à perda da audição temporal, coceira exagerada, vermelhidão e até mau cheiro nas orelhas. Raças de pelagem comprida são mais predispostas a desenvolver a doença, pois os ouvidos retêm mais sujeiras e a umidade tende a se acumular. Mas existem formas de impedir que isso aconteça, como evitar que seu animal de estimação fique em locais com muita incidência de vento. Na hora do banho, além de secar bem o pelo e as orelhas de cães e gatos, é importante esperar alguns minutos antes de levá-los para a rua. Além disso, cuidados frequentes, como a limpeza do conduto auditivo, são essenciais. Mas essa tarefa deve ser feita com muito cuidado para não empurrar a cera do ouvido para dentro da orelha e prejudicar a saúde do pet. Para auxiliar, você pode utilizar algum produto de limpeza veterinário. Geralmente, os produtos agem como secante e antisséptico na remoção do excesso de cerúmen e de secreções com odores desagradáveis causadas pela transpiração.

5 DICAS PARA FAZER A LIMPEZA DAS ORELHAS DOS PETS

1. Monitore periodicamente as orelhas do seu cão ou gato para evitar o acúmulo de sujeira e umidade.

2. Antes de começar a limpeza, verifique se não há feridas, fungos, sangue, secreções. Além disso, observe se a cor do canal auditivo está diferente, esta região deve ser rosa claro. Caso identifique algum destes sinais, não faça a higienização e procure atendimento veterinário.

3. Para começar a limpeza, utilize algodão ou gaze para secar a parte interna das orelhas e retirar os restos de cera acumulados nas paredes auditivas, sempre com cuidado para não tocar muito fundo e machucar o conduto auditivo.

4. Nunca utilize cotonetes ou objetos pontiagudos, eles podem machucar seu pet e prejudicar a saúde auditiva.

5. Aplique, pelo menos uma vez ao mês, um higienizador auditivo que auxilia na limpeza do conduto auditivo de cães e gatos.

Fique de olho no que pode estar causando a doença para evitar que o quadro se repita. E as causas mais comuns das otites nos pets são:
– Produção excessiva de cera;
– Higienização mal feita;
– Limpeza em excesso;
– Falta de cuidado com a secagem após o banho;
– Predisposição de algumas raças de orelhas longas e pendulosas.

Se mesmo com os cuidados seu pet ainda apresentar alguns dos sintomas a seguir, procure um médico-veterinário. Ele fará o diagnóstico preciso e a indicação do melhor tratamento.

Shurastey

O CÃO VIAJANTE, SEU DONO E UM FUSCA

O Golden Retriever Shurastey é o parceiro de viagens do proprietário Jesse Koz e a aventura deles não tem data para acabar

O jovem Jesse Koz estava cansado da rotina e fez algo que muita gente sonha, mas não tem coragem de fazer. E o melhor dessa história é que ele não está sozinho na empreitada considerada uma doideira por muitos. O paranaense de Curitiba começou a aventura em maio de 2017 e não sabe quando vai terminar. Ele morava em Balneário Camboriú, em Santa Catarina, estudava Educação Física e trabalhava como vendedor quando decidiu pegar o carro, um fusca 1978, e o cão, na época com dois anos e meio, e cair na estrada. "Tranquei a faculdade e larguei o emprego para viver assim. Estava cansado, decidi vender o que eu tinha e viver na estrada só com o que realmente é importante pra mim", conta Jesse. A viagem se tornou um projeto, chamado "Shurastey or Shuraigow?", uma adaptação inspirada na música "Should I Stay or Should I Go" (traduzido do inglês Devo Ficar ou Devo Ir), sucesso da banda The Clash.

Já são centenas de cidades visitadas, com foco nas paisagens naturais; boa parte do litoral brasileiro e dezenas de países. A dupla – principalmente a parte humana, porque a parte canina se diverte à beça – passa muitos perrengues e experimenta um punhado de situações inusitadas para conhecer paisagens exuberantes, pessoas interessantes e, acima de tudo, viver em conexão. No perfil do Instagram @shurastey_, Jesse deixou um depoimento comovente. Extraímos alguns trechos:

"Um dia, quero olhar pra trás e ter certeza de que eu fui feliz pra caralho ao seu lado durante o tempo que você esteve comigo! Quero relembrar de como nós éramos conectados em vida, lembrar que as pessoas diziam que você era a minha cara e 'Ele só falta falar'. Eu penso: Na verdade, não! Acho que ele se tornou tão expressivo que mesmo até sem latir eu sei o que ele quer. Eu falo e você fixa o olhar nos meus olhos, e sei lá, parece que você olha dentro da minha alma! Eu brinco com as pessoas que estão por perto que você está me julgando, mas na verdade eu acho que você apenas está tentando entender as palavras que eu falo e, com isso, poder executar alguma coisa que me faça ficar feliz, porque no fundo essa é a tua missão aqui, ser feliz ao me fazer feliz! Aprendi nesses últimos anos acordando todos os dias ao teu lado que não existe eu sem você cachorro! Aprendi que amar vai muito além de dizer eu te amo! Você vivenciou um dos momentos mais sombrios que eu vivi e foi em você que eu me abracei e chorei, mas também foi com você que eu comemorei os momentos mais alegres da minha vida até então! São mais de cinco anos juntos só nós dois, e quem é capaz de entender essa relação que ultrapassa qualquer parâmetro de amor, carinho, confiança e respeito!"

Jesse e Shurastey têm 150 mil seguidores. O projeto está no Youtube com vídeos de várias viagens em episódios, e o site www.shurastey.com.br oferece história e fotos com uma área para contatos e produtos customizados com imagens do dog viajante e de seu dono.

Estava falando OUTRO DIA

por Helô Dalcin

Estava falando outro dia...
Falando que o amor puro existia
Falando que a doação total acontecia.
Falando que descobri a alegria...
Estava falando outro dia...
Que ir embora eu tentaria...
E que alguém a me chamar ficaria...
Estava falando que se um dia...
Ao cair...não me machucaria...
Porque alguém para me levantar haveria...
Estava falando...
Que à distância, o meu passo, ouviria...
E até em outra linguagem interpretaria...
Na expressão do olhar
No compasso, no balanço...
Na verdade...
Eu estava falando...
Que nem falar eu precisaria...
Sabe que me pego falando...
Quem poderia?
Correr atrás do meu carro
Me esperar na tarde vazia...
Me sujar toda de barro...
E eu nem ligaria?
Estava falando outro dia...
Que quando fui para meu canto...
Que tendo visto meu pranto...
Apenas em silêncio ficaria...
Respeito e carinho me daria...
Estava falando...
Que na mais dura caminhada...
Ao meu lado andaria...
E qualquer perigo ao redor, espantaria...
Pois imediatamente perceberia...
As boas e as más energias...
Proteção, amizade, magia...
O universo me mostraria...
Quando te encontrei machucada...
Abandonada...
Seus olhos quase sem vida ...
Para quem o amor eu daria?
E me vi em você...
E sem me ver, veio até mim...
Criou sua própria luz...
Tornou-se sol
Foi a Sol...
Eu jamais imaginei que desta maneira falaria...
Agora me pego falando...
Falando de bichos...todo dia.

Da autora

A Sol se foi... uma sharpei linda. Resgatei de um canil com problemas na visão e, depois que ela me ensinou o amor, outros amigos vieram... Hello Kitty, uma gata folgada, Pretta, uma gata de guarda (rsrsr), Lunna, a gata de neve... Haikka, uma canecorso estilosa, Marlley e Harlley, a dupla sertaneja vira-lata...quem diria?

Falando de bichos todo dia...

Misterioso E FOFO

O Gato-de-Pallas ou Manul está em extinção e vem sendo reproduzido em zoológicos

Ele é o gato mais sério do mundo e o personagem principal de vários memes russos. Este felino habita as estepes e planícies do Cáucaso, sul da Sibéria e Ásia Central, onde vive em fendas nas rochas, debaixo de pedras, pequenas cavernas e em velhas tocas de marmotas e outros bichos, locais dos quais sai geralmente ao entardecer ou amanhecer para, principalmente, caçar. Ele tem o pelo mais espesso e macio entre todos os gatos, e é exatamente por isso que os caçadores não deixam este gato selvagem em paz.

A espécie ameaçada de extinção foi reproduzida em 2020 pelo Zoológico de Novosibirsk. A instituição noticiou nas redes sociais o nascimento de 16 filhotes, o que foi motivo de comemoração. De acordo com a Sociedade Geográfica Russa, o país possuía, no início dos anos 2000, entre três mil e 3.600 gatos-de-pallas vivos. O zoológico, que atualmente possui três fêmeas da espécie, registrou 64 nascimentos nos últimos 20 anos. Os felinos foram enviados para outros zoológicos ao redor do mundo. Os biólogos contam que as três fêmeas do zoo tiveram três, cinco e oito filhotes nas ninhadas e, também, que os gatinhos se desenvolvem muito rapidamente.

Como se sabe, os pequenos gatos-de-pallas têm olhos azuis brilhantes. Com a idade, a cor muda: primeiro para verde e, depois, para amarelo. Na postagem, o zoológico ainda explica que os "gatos-de-pallas são animais solitários e devem ser criados em condições especiais e ambientes controlados, pois isso requer conhecimento, experiência e esforço".

Togo

O LÍDER DE UMA JORNADA HEROICA NO GELO

O filme mostra o musher, nome dado aos condutores de cães de trenó na neve, Leonhard Seppala, criando seu cachorro Togo e a corrida do soro de 1925 para Nome

Em 1913, Seppala e sua esposa Constance dão as boas-vindas a um filhote recém-nascido da raça Husky Siberiano. Enquanto Seppala insiste em descartá-lo imediatamente por ser pequeno e fraco, Constance o convence a criá-lo com os outros. O filhote de Husky acaba sendo um problema, pois constantemente foge do canil para usurpar a equipe de cães de Seppala enquanto ele os treina. Depois de tentar se livrar do animal por duas vezes, Seppala decide fazê-lo correr com os outros e, para seu espanto, descobre que ele tem energia suficiente para ultrapassar os outros cães. Decide, então, chamá-lo de Togo, em homenagem a um famoso almirante da marinha japonesa, e o treina totalmente até o ponto em que vence o "All Alaska Sweepstakes", ganhando para Togo e para si mesmo alguma fama local.

Em 1925, ocorre um surto de Difteria, afetando principalmente as crianças. O prefeito da cidade planeja mandar o soro de Nenana, mas isso é impossível devido à severidade do clima. Então, Seppala é convencido a levar Togo e os outros cães para coletar o soro e correr de volta. Constance fica preocupada porque Togo tem 12 anos (para a idade de um cachorro, ele é um ancião), mas o mucher insiste em ir atravessando uma forte nevasca e correndo sérios riscos pelo esforço ao limite. Seppala continua por milhas, tomando atalhos perigosos através do Norton Sound congelado.

A equipe pega o soro com outro musher e faz o caminho de volta, praticamente sem descanso até o final da jornada. O soro é passado para o companheiro musher Gunnar Kaasen, que chega de volta em Nome. Um repórter, confundindo-o por ser o único musher, anuncia seu cachorro Balto como o herói que salvou Nome, decepcionando Constance.

A parte final do filme ainda mostra Seppala treinando seus cães sem Togo (que sofreu uma pequena lesão durante a corrida e se tornou um padreador da linhagem Seppa).

Nos dois anos seguintes, Togo recebe seus filhotes, que se revelaram famosos por seus próprios méritos. Togo faleceu em 1929 e Seppala continuou a treinar cães. Um cartão de título no final revela que, embora Balto tenha recebido uma estátua em sua homenagem, Togo é lembrado por ter feito a corrida mais longa e por ser o verdadeiro herói de Nome.

O gigante gentil DE MINAS GERAIS

Do coração do Triângulo Mineiro para todo o Brasil saem lindas ninhadas de filhotes felinos da raça Maine Coon, do Gatil Pet Coon, fundado há 12 anos pelo criador Wellington Afonso da Silva

"A história do gatil começou quando eu vi pela primeira vez um Maine Coon em uma viagem para o exterior e, desde aquele momento, meu coração bateu mais forte. Comecei a pesquisar a raça, visitar criatórios e estudar as linhagens até adquirir meus primeiros reprodutores. Eles são amorosos, companheiros leais e fiéis. Eles são amor puro", diz o selecionador Wellington Afonso da Silva.

O Maine Coon é uma raça de gatos musculosos e com estrutura óssea forte. A principal característica é o tamanho, bem maior que todas as outras raças de gatos domésticos. Originalmente, ele era um gato para ambientes externos e, depois, tornou-se uma raça de trabalho que matinha navios, celeiros e casas livres de roedores. A cabeça é grande com orelhas altas. O perfil exibe uma pequena ranhura debaixo dos grandes olhos. A caixa torácica é larga e as pernas são espessas.

Além de uma beleza exuberante nas pelagens de cores variadas que conquista qualquer amante de bichanos e até quem nunca teve um gato, o temperamento e a docilidade são características incríveis. E ter um Maine Coon é como dividir a casa com um animal poderoso, mais parecido com os grandes felinos.

A criação é rigorosamente controlada pelas instituições oficiais de registro e os critérios para a permissão de reprodução e venda se diferenciam da maioria das raças. "Em primeiro lugar, precisamos ter foco no bem-estar animal com espaço adequado e uma equipe técnica veterinária constantemente atenta à sanidade e alimentação. Os Maine Coon são entregues aos donos já castrados. Isso traz benefícios para a saúde animal", diz o criador.

Os gatos não esterilizados são impulsionados por hormônios a procurar companheiros e a defender o território contra invasores. O comportamento também estimula a marcação de superfícies com urina. Os machos com mais intensidade borrifam a urina em

superfícies verticais para marcar território. A castração não permite a reprodução aleatória e ainda previne várias doenças, reduzindo risco de câncer cervical, de ovário, controlando a disseminação de leucemia e AIDS felina.

"Oriento que os clientes vejam se o gatil é registrado nas federações de felinos, que visitem o gatil para verificar as questões de saúde e cuidados, além de buscar conhecer os pais dos filhotes. É importante exigir documentos como pedigree, carteira de vacinação e exames, tanto quanto um contrato de garantia contra as doenças genéticas", orienta Wellington.

A produção do Gatil Pet Coon segue regras da federação e as matrizes só podem ter três ninhadas a cada dois anos. "Antes de qualquer acasalamento, os animais precisam ter atestado de aptos à reprodução, e só com a avaliação do médico-veterinário recebemos a autorização para produzir as ninhadas", explica.

SOBRE A RAÇA

O porte do Maine Coon é de médio a grande, sendo os machos maiores que as fêmeas. O corpo é comprido e retangular e a cauda também é comprida. Por essas razões, ele pode aparentar ser muito maior do que é. A pelagem do Maine Coon é densa, porém sedosa. Uma característica interessante é que a pelagem é esvoaçada e drapeja mais na barriga e atrás das pernas (calções), mas é mais curta nos ombros.

PERSONALIDADE

Apesar do seu tamanho e história, o gato Maine Coon tem temperamento dócil e gentil. Ele adora os seus donos e se adapta a qualquer ambiente, desde que lhe seja dado um bom espaço para se exercitar. Quando corre, ele pode parecer escandaloso, mas seu baixo e suave miado reafirma que esse tigrinho é, na verdade, um cordeiro.

CONVIVÊNCIA

A nutrição do Maine Coon deve ser cuidadosamente controlada. Essa raça tem a tendência de ficar fraca ou acima do peso se não monitorada cuidadosamente.

O Maine Coon precisa se exercitar adequadamente. Deve-se providenciar árvores e poleiros para gatos e ele precisa de espaço suficiente para correr. Ele ama jogos interativos e vai brincar com todos os membros da família. Sendo um gato grande e pesado, ele pode esbarrar nos móveis. Portanto, tenha cuidado com a segurança dos objetos valiosos e, principalmente, do Pet.

O Maine Coon precisa de atenção diária. Ele deve ser escovado para assegurar que seu pelo não emaranhe e penteado para suavizar a sua pelagem. De modo geral, é fácil dar esses cuidados se ele for treinado desde muito novo e perceber que essas atividades são divertidas.

HISTÓRIA

O Maine Coon é considerado a única raça de pelo longo, nativa dos Estados Unidos. Essa raça provavelmente foi introduzida por marinheiros que navegaram até a Nova Inglaterra. Os gatos que eles levaram muito provavelmente abandonaram o navio em definitivo ou saíram para um pequeno passeio na margem, cruzaram com os gatos nativos existentes e, por fim, criaram sua própria raça.

Manual DO CONFORTO TÉRMICO

O Brasil é um lugar calorento! Mesmo no inverno, há alguns períodos do dia em que a temperatura sobe bastante. E assim como nós sofremos com os efeitos do aquecimento, os pets também se incomodam e podem ser prejudicados.

Leonice Pomponio

Cachorros ofegantes, gatos bebendo mais água, aves com as asas abertas e buscando por sombra, além de roedores se escondendo embaixo da cama de pó de serra…

Se você observar uma dessas situações com seu pet, seja ele um cachorro, gato, coelho, passarinho, tome uma atitude para que ele fique em uma condição de conforto térmico e seja mantido saudável e sem sofrimento.

Quadros de desidratação, queimadura solar, machucados nas patas e choque térmico são os problemas mais comuns. Devemos tomar alguns cuidados como donos conscientes e responsáveis. Devemos garantir o bem-estar dos animais de companhia diante de altas temperaturas e ajudá-los sempre. "Não são raros os casos de desatenção em que o dono esquece o animal dentro do carro. Até bebês humanos já foram deixados em cadeirinhas nos automóveis estacionados. O risco de morte é alto. A negligência é um crime passível de condenação judicial". (OLHO)

O choque térmico pode ser fatal se não tratado imediatamente. Locais com pequena ou nenhuma ventilação e alta umidade, como carros, parques e praias sem sombra, e em períodos do dia com sol muito forte e pouco vento. E, diferentemente do senso comum, em dias com temperaturas mais amenas os pets também podem sofrer muito com o calor, dependendo da ventilação e da umidade.

Seguem dicas importantes para que você possa cuidar do seu melhor amigo, seja ele cachorro, gato, coelho…

1. HIDRATE O PET

Mantenha o animal hidratado durante todo o dia: ofereça sempre água limpa e fresca (água gelada é ótima e cubinhos de gelo no bebedouro até divertem os cães). Você também pode oferecer água de coco ou suco de frutas. Cuidado com suco de uva ou de carambola, que são frutas pouco toleradas por cachorros e gatos.

2. CUIDADO COM OS PERÍODOS MAIS QUENTES DO DIA

Nos dias de calor com o pet, evite passeios e dog walker nos horários mais quentes. Não saia entre 10h e 15h. E mesmo fora desses períodos, dê preferência para locais sombreados, com muitas árvores e piso de grama, que não esquentam tão rapidamente. Não passeie com o pet se o asfalto da rua estiver quente. As patas dos cachorros são sensíveis e podem superaquecer rapidamente.

3. USE PROTETOR SOLAR

Muito importante. Em você e no seu pet, se costuma fazer passeios ou dog walker. Os cães mais sensíveis são os de pelo curto, pelagem branca ou mucosas claras. Mas use protetor solar específico para pets (caso não encontre, pode usar protetor para crianças ou para peles sensíveis). Passe protetor solar especialmente nos locais do corpo com menos pelagem e mais expostos ao sol, como orelhas, focinho e ao redor dos olhos.

4. NÃO EXAGERE NOS EXERCÍCIOS E CUIDADOS COM CÃES DE TRABALHO

Como tudo na vida, exercícios são bons sem exageros. Tome cuidado para o pet não se agitar demais. Para isso, faça pausas frequentes nas caminhadas, corridas, movimentos de treinamento e brincadeiras, e ofereça um pouco de água nessas pausas. Cães de trabalho, como os boiadeiros, têm mais resistência, mas também são

muitos suscetíveis ao estresse térmico porque têm o ímpeto de acompanhar a lida com o gado durante todo o tempo, sem descanso.

5. PET SOZINHO NO CARRO JAMAIS

Nunca deixe o animal sozinho no carro. Não só nos dias de calor. Não deixe o bicho sozinho nem por cinco minutinhos. Janela entreaberta não resolve. A temperatura dentro de um carro pode subir até cinco graus em 15 minutos. Pesquisas indicam que carros com todas as janelas quebradas apresentaram a mesma temperatura no interior que carros com os vidros fechados.

6. CUIDADOS NA PRAIA E EM PARQUES

Em parques ou praias marinas ou fluviais (que aceitem animais de estimação), garanta que seu pet tenha um local sombreado, com água fresca disponível e bastante ventilação. Caso não tenha esses requisitos, não o leve. Melhor deixar ele descansando em local seguro.

7. VEJA SINAIS DE CANSAÇO E DESCONFORTO

Animal ofegante, salivando muito, com dificuldades para respirar, prostrado (não quer se mover, não quer fazer nada), não quer andar, comer, beber água é sinal de que há algo errado. Se acontecer de forma mais leve, ofereça um período de descanso na sombra com água fresca. Já um animal excessivamente ofegante (especialmente gatos ofegantes), com dificuldades para respirar, aumento da frequência cardíaca e respiratória. Ou ainda com fraqueza muscular, salivação excessiva, muito parado ou muito agitado, vomitando, com a língua e mucosas azuladas ou acinzentadas, perda de consciência e convulsões, pode estar em choque térmico. Coloque sacos de gelo (especialmente nas axilas e na região da barriga e entre as patas de trás), ligue o ar-condicionado ou ventilador do carro e vá para o hospital veterinário mais próximo.

8. CUIDADOS EXTRAS COM ANIMAIS DE FOCINHO CURTO

Lembre-se que animais braquicefálicos (com focinhos curtos), como cães das raças Pug, Bulldog e Shih-Tzu e gatos Persas, são mais suscetíveis a hipertermia e choque térmico. Eles precisam de cuidado extra, por isso, limite os exercícios, faça mais pausas, ofereça mais água e líquidos, fuja do sol e do calor.

9. CUIDADOS EXTRAS COM OS VELHINHOS

Os pets idosos, com sobrepeso, problemas cardíacos ou respiratórios, também precisam de prevenção extra: mantenha-os o máximo de tempo em locais com ventilador ou ar-condicionado. Se possível, mantenha a pelagem sempre curta durante o verão e ofereça bastante líquido. Fique muito atento aos sinais de desconforto e a mudanças de comportamento e alimentação Reações e comportamentos que persistem devem ser relatados ao veterinário.

10. CUIDADO COM PISCINAS E MAR

NUNCA deixe seu pet sozinho se no local existir uma piscina ou próximo do mar. Caso queira entrar na água com seu pet, habitue-o lentamente a entrar na água com você. Sempre com a sua supervisão 100% do tempo e, se possível, com o uso de "coletes" de flutuação para cães (que já estão chegando no mercado brasileiro).

11. USE E ABUSE DO ENRIQUECIMENTO AMBIENTAL!

Existem opções de enriquecimento ambiental ótimas para o calor. Piscininhas rasas de criança, vasos de plantas grandes e largos, ou baldes rasos e largos cheios de água e gelo são uma ótima pedida para cachorros. Você também pode fazer sorvetes para cachorros e gatos se eles aceitarem. Coloque em um copinho de plástico suco de frutas, pedaços de frutas, água de coco e até petiscos em pedacinhos e, depois, deixe congelar por cerca de cinco horas. A novidade é fácil e barata.

12. CUIDADO PARA QUEM VIVE EM APARTAMENTO

Nesta época quente, é mais comum os pets ficarem próximo das janelas e em varandas. Por isso, também é mais comum tragédias, como pets caírem de janelas de andares altos de prédios ou casas. Previna isso com grades, janelas fechadas e telas.

13. MANTENHA O PENTEADO DO PET

Diminua o comprimento dos pelos de seu pet (mas não exagere, pois seu pet pode sofrer com queimaduras solares se não tiver a proteção de sua pelagem). Para gatos, especialmente os de raças com pelos longos, escove sua pelagem mais regularmente. Isso irá ajudá-lo a enfrentar melhor o calor.

14. AUMENTE A FREQUENCIA DOS BANHOS

Dê mais banhos, mas lembre-se de evitar o choque térmico, molhando antes as patinhas e orelhas do seu animal de estimação. Depois, espalhe cuidadosamente a água pelo corpo com suas mãos. Mas não exagere na frequência de banhos, pois o excesso de sabonete ou xampu pode irritar ou ressecar a pele. Proteja o ouvido para evitar muita umidade e fungos.

15. GUERRA AOS PARASITAS

No calor, especialmente em lugares onde há vegetação e em fazendas que têm animais de produção e trabalho, como cavalos e bovinos, as pulgas e os carrapatos são muito mais comuns. Mantenha em dia seu plano de prevenção para ectoparasitas. Não compre qualquer produto, busque por recomendação do seu médico-veterinário.

Conexão andav

Apresenta

Distribuição Veterinária

22/junho 2021

Participe:
conexaoandav.com.br

- **Inscrição Gratuita para associados Andav**
- 1 dia – 5 horas de conteúdo
- *Networking*, debates, palestras e prêmios
- Vitrine da indústria

Patrocínio Ouro

GRUPO SIAGRI

Parceiro Estratégico

AR AgroRevenda
A Plataforma de Conteúdo da Distribuição Agro

Realização

andav

Organização

ZEST eventos

Liderar e evoluir

Reinventar e ressignificar - essas palavras foram mandatórias no planejamento de qualquer líder durante o ano de 2020, e acredito que daqui para frente. Durante os meses em que o cenário de incertezas tomou as pessoas e a economia, a capacidade de adaptação foi se tornando cada vez mais essencial para a nossa sobrevivência e para que os negócios continuassem a operar em qualquer mercado. Após o choque, refleti sobre as mudanças que a pandemia trouxe ao perfil de um líder e como o relacionamento com a equipe foi transformado em tão pouco tempo, em como os times mais bem-sucedidos continuaram a contribuir com seus pontos fortes e senso de accountability (responsabilidade) no novo cenário.

No início de 2020, pré-pandemia, eu me vi diante de dois desafios: mudar para um novo país sem a companhia das minhas filhas e assumir - pela primeira vez - como presidente o segundo maior mercado em representatividade de uma grande companhia global. O emocional e o profissional estavam lado a lado nessa jornada, mas não houve tempo de adaptação a essa nova realidade, o novo coronavírus já tomava conta dos noticiários e tivemos de nos planejar diante do desconhecido com uma única certeza: a de seguir em frente.

Em um contexto de crise e de muitas incertezas quanto à manutenção dos empregos, com características nunca vistas e com potencial para grandes mudanças no mercado, nosso maior ativo foram as pessoas. Foi preciso priorizar a segurança e a saúde de cada colaborador, e, ao mesmo tempo, manter os negócios funcionando. Foi o momento de exercitarmos nossos valores e missão para apoiar toda a equipe, que se mostrou engajada e disposta a se adaptar a todas as mudanças impostas pelo novo modelo de trabalho. Mais do que isso, foi o momento de demonstrarmos empatia.

Lembro-me, particularmente, de uma história que aconteceu com um representante de vendas da equipe de Animais de Companhia. Por conta da pandemia, muitos de nossos clientes tiveram de fechar suas clínicas.

Ao entrar em contato com um deles, ouviu que era o quarto representante a ligar naquele dia e que não queria fazer nenhum pedido porque sua clínica estava fechada, ao que nosso colaborador respondeu: "Desculpe-me, mas não estou ligando hoje para lhe vender produto. Só queremos saber como você está, se há algum suporte que possamos lhe oferecer neste momento difícil". Esse foi o exemplo perfeito do tipo de conexão que estabelecemos com nossos clientes e parceiros ao longo dos anos e que colocamos como prioridade, como guia de nossas ações.

O aprendizado caminhou de mãos dadas com a execução de estratégias, trazendo a antifragilidade - o ato de reverter a crise a nosso favor e a melhorar dia a dia diante de uma situação inesperada. Como presidente de uma empresa que trabalha com um setor classificado como essencial, nós tivemos a oportunidade de mostrar quão fundamental é garantir que uma proteína animal de qualidade chegue à mesa das pessoas, reforçamos a importância das boas práticas dos produtores e trabalhamos com fatos científicos na luta contra a desinformação e as fake news. Pudemos também trazer para o debate a relação entre animais de companhia e tutores durante o isolamento, abordando desde o bem-estar animal até os benefícios emocionais dessa convivência. A informação foi nossa arma para aproximar um setor até então distante do público em geral do noticiário do dia a dia, trazendo esclarecimentos importantes em tempos tão confusos.

Em vista do momento em que estamos e das previsões para o futuro do trabalho e dos negócios, é seguro dizer que o líder pós-pandemia deverá saber ouvir e estar atento às necessidades do outro, ter a capacidade de se adaptar a novas situações de maneira ágil, abraçar as inovações tecnológicas que proporcionam uma nova forma de desempenhar velhos hábitos e ter um plano de ação flexível e adaptável. Acredito que o fortalecimento do senso de responsabilidade de líderes e empresas também deverá continuar a impulsionar o desempenho e os resultados.

Os caminhos a serem traçados necessitam de algumas certezas que ainda não possuímos. Entramos em uma era completamente nova e feita para aqueles que estão sempre em movimento, seja no trabalho, seja na vida pessoal. Traçar planos parece impossível, mas a proximidade com todos os níveis de uma equipe de trabalho será o diferencial na hora de agir. Liderar nos próximos anos será ter em mente que a única certeza é a mudança. AR

Luis Xavier Rojas, Diretor-presidente da Zoetis Brasil.

Drones pulverizadores revolucionam a agricultura

Tecnologia envolve o Pulse, hub de inovação da Raízen, e a startup ARPAC, e mostra melhora da produtividade e redução nos custos de aplicação de insumos em até 50%

O Brasil é o maior produtor de cana-de-açúcar do mundo e, para garantir uma produção consistente, a tecnologia é vista cada vez mais como uma aliada. Com o objetivo de tornar os processos do plantio à colheita mais eficientes, a Raízen, por intermédio do seu hub de inovação, o Pulse, fechou uma parceria com a startup ARPAC, especializada em serviços agrícolas, com a utilização de drones na pulverização de herbicidas capazes de combater plantas daninhas em canaviais, de forma estritamente localizada. Após a realização de testes para validação da tecnologia, constatou-se que, com a utilização, houve uma economia operacional de 47% e de insumo de 82%. O método inovador contribui para a redução no uso de defensivos, o que resulta também em um menor impacto ambiental, com a melhor aplicação de insumos de forma mais eficaz e precisa. O projeto tende a crescer dentro da própria Raízen e, aumentando a escala de aplicação, ocorrerá uma variação nos resultados. Mesmo assim, seguirão muito positivos em relação aos ganhos obtidos. A previsão com a utilização em uma área

maior é de que a economia operacional fique em torno dos 30% e de insumos, por volta de 60%. A expectativa da companhia é replicar a solução não apenas em áreas comerciais próprias, mas também estender o uso aos seus fornecedores de cana.

Presente no ecossistema de inovação atuando com defensivos biológicos em conjunto com outras AgTechs residentes do Pulse, a ARPAC faz uso de inteligência artificial para identificar plantas daninhas e, posteriormente, operar drones dedicados aos serviços aéreos de aplicação localizada de insumos agrícolas. A startup é especializada na operação das culturas brasileiras e foi convidada a participar do hub após reconhecimento da capacidade de escalonar suas operações tecnológicas dentro da Raízen. O hub, que colabora com o desenvolvimento de um grupo de mais de 38 startups associadas, é responsável por dar suporte e mentoria às startups, além de integrar projetos com potencial para serem aplicados em escala comercial, ou seja, capazes de atender às necessidades de uma grande empresa.

Dentro desse ecossistema, o Pulse é o elo entre a startup e o time agrícola da Raízen. Com o apoio e o direcionamento do hub, responsável por viabilizar a validação de projetos como da Arpac dentro do modelo de atuação da companhia, sempre em linha com os protocolos requeridos pela empresa, neste caso, de pulverização de canaviais. "Saber que o Pulse foi responsável por promover essa conexão e pôde apoiar essa jornada da AgTech dentro da companhia nos motiva ainda mais em continuar a promover o fomento às novas tecnologias e a adoção de uma inovação aberta dentro da cultura da empresa", garante Ricardo Campo, coordenador do Pulse.

No plantio das mais diversas culturas, é normal o surgimento de ervas-daninhas e, em um canavial, o cenário não seria diferente. É comum o surgimento de pragas que se assemelham a um mato e que comprometem a produtividade do campo, assim como interferem diretamente no processo de colheita. Tendo em vista essa questão enfrentada pela equipe agrícola, o Pulse identificou no projeto de pulverização por drones da ARPAC potencial para aplicação nos canaviais da Raízen e construiu, entre as duas pontas desse sistema, o elo para que fosse possível testar a tecnologia em campo.

Iniciado no segundo semestre de 2019, o projeto-piloto foi dividido em três etapas. Na primeira, foi realizada a validação técnica da aplicação em uma área de 16,1 hectares da Raízen na região de Jaú (SP). Na segunda, os testes passaram a ser trabalhados em uma área maior, em 200 hectares da companhia, com o objetivo de entender a aplicabilidade da tecnologia em uma escala comercial, a fim de medir seu rendimento. E já no primeiro semestre deste ano, o piloto chegou à última etapa, sendo utilizado em 2,3 mil hectares de canavial, o que tornou possível afirmar sua validação quanto à eficiência, assertividade e redução de insumos. Para os próximos passos, a expectativa é testar a tecnologia em mais 32 mil hectares até o final da safra 2020 | 2021.

Com o objetivo de tornar os processos do plantio à colheita mais eficazes, os testes realizados pela Raízen em conjunto com a ARPAC mostram que, por meio do mapeamento com drones, as plantas daninhas foram rapidamente localizadas e a área de pulverização reduzida de 21,2 hectares para 9,79 hectares em lavoura produtiva de cana-de-açúcar. "Uma área de aproximadamente 46% de infestação teve economia de 26,5% de produto aplicado, em comparação ao método tradicional realizado por aviões agrícolas", explica Eduardo Goerl, CEO e fundador da ARPAC. "Comprovamos que a tecnologia que desenvolvemos gera economia de insumo, considerando que a aplicação é localizada, o que contribui também para a redução de custos e o aumento da produtividade nos canaviais", destaca Goerl.

Com o sucesso dos testes alcançados no campo, a Raízen acaba de contratar a ARPAC como prestadora de serviço para a pulverização por drone. "Após a validação da efetividade da tecnologia para o controle das plantas daninhas de maneira ágil e localizada, criou-se uma grande expectativa nas equipes operacionais das unidades produtoras devido à facilidade logística quando comparada à operação convencional mecanizada. A incorporação de um processo inovador vem apresentando benefícios quanto ao timing de controle de algumas plantas daninhas, agregado à redução de custos", pontua Murilo Bassan, especialista de Operações Agrícolas Corporativo da Raízen. Através dessa parceria, além dos drones de pulverização, a ARPAC também já está desenvolvendo um piloto de maturador em cana. Com o uso de novas ferramentas e equipamentos, a Raízen aposta em uma aplicação de insumos ainda mais assertiva, movimento que contribui diretamente com o aperfeiçoamento da gestão de custos e da produção. O foco principal da companhia é que o ecossistema siga operando e somando as expertises das mais diversas frentes. AR

Fundo Agrohub consolida fusão de distribuidoras em MG

Negociação promete iniciar um novo modelo de oferta de tecnologias para a qualidade do solo e soluções financeiras

Com expectativa de faturar em torno de R$ 250 milhões logo no primeiro ano de operação conjunta, dois grupos de distribuidoras de insumos agrícolas de Minas Gerais anunciaram, em fevereiro passado, a fusão dos negócios, o que vai colocar a empresa entre as maiores do estado. O acordo prevê a integração da recém-lançada distribuição Agromais, que atua no Triângulo Mineiro, com a Cultura Agronegócios, com atuação no Alto Paranaíba há 15 anos. O negócio será viabilizado com recursos do Fundo de Investimentos Agrohub. De acordo com César de Oliveira, um dos sócios da Cultura Agronegócios e executivo escolhido para comandar a operação, a fusão vai permitir a implantação de um novo modelo de distribuição no País, que vai além da venda de insumos. "Será um modelo de negócio focado na inovação, com atuação forte em programas de alta tecnologia voltados para a saúde do solo. Para isso, teremos consultorias técnicas para atender os produtores no campo", esclarece Oliveira.

César de Oliveira, Executivo da Operação: "Previsão de faturar em torno de R$ 250 milhões no primeiro ano".

Com a fusão, a empresa já iniciará com cinco unidades, sendo três que pertenciam à Cultura Agronegócios (localizadas em Patrocínio, Patos de Minas e Coromandel) e duas da Agromais (operando em Uberaba e Conceição das Alagoas). Já está em andamento um plano de expansão para mais seis unidades na região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba, o que atenderá outros municípios mineiros. "Sabemos que o número de distribuidores é cada vez maior no mercado e que precisamos nos diferenciar, sendo assim, temos como base de todo o trabalho o resultado junto ao produtor, através do oferecimento de um programa que trabalha fortemente produtos biológicos, bioativadores e plantas de cobertura, que renutrem o solo proporcionando resultados espetaculares", assegura.

O executivo esclarece que um dos pontos altos é a utilização de blends de plantas de cobertura que fixam nutrientes no solo, promovem descompactação e revitalizam a saúde da terra, opção cada vez mais procurada pelos produtores que utilizam o manejo integrado. "Com a ampliação da atuação, acreditamos que mais produtores poderão usufruir destas tecnologias", completa Oliveira.

Origem e atuação - A Agromais iniciou suas atividades em 2020, com a primeira unidade aberta em Uberaba e uma segunda em Conceição das Alagoas, no fim do ano. Foram investidos R$ 2 milhões no negócio. São 23 funcionários e atuação em todo o Triângulo Mineiro. Já a Cultura Agronegócios movimentou, em 2020, R$ 91 milhões, sendo R$ 23 milhões acima do faturamento de 2019. Abriu a primeira unidade em Patrocínio, em 2005. A segunda está em Patos de Minas, em funcionamento desde 2009, e a outra unidade em Coromandel, desde 2016. São 44 colaboradores e um raio de atendimento em todo o Alto Paranaíba mineiro. AR

FORÇA AGROMAIS

Cinco unidades | Uberaba, Conceição das Alagoas, Patrocínio, Patos de Minas e Coromandel.
67 colaboradores.
Atuação no Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba.
César de Oliveira, executivo que vai comandar o novo negócio.

Revendas e Secretaria de Agricultura de SP vendem sementes

Objetivo é abastecer os pequenos produtores com preço acessível e qualidade garantida

Diante das restrições impostas pela pandemia, a Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo implementou o teletrabalho em grande parte das unidades, com atendimentos públicos, incluindo as Casas da Agricultura, que, tradicionalmente, são os principais pontos de comercialização de sementes no estado. E para atender à demanda dos produtores rurais, o Departamento de Sementes, Mudas e Matrizes (DSMM), da Coordenadoria de Desenvolvimento Rural Sustentável (CDRS), tem buscado ampliar a rede de distribuição, por meio da intensificação de parcerias com revendas agropecuárias. "A venda de sementes por essas empresas não é uma modalidade nova em nossos canais de comercialização, mas, até o momento, havia poucos estabelecimentos conveniados. Com a falta de atendimento presencial nas Casas da Agricultura, identificamos a necessidade de intensificar essas parcerias para fazer com que as sementes cheguem a um maior número de agricultores. Sendo assim, os extensionistas dessas unidades têm feito contatos com as principais revendas de seus municípios e regiões, para estreitar os laços com as que já temos em nosso quadro e ampliar o número, o que já tem acontecido com a abertura de novos pontos de venda", explica João Paulo Whitaker, diretor do Núcleo de Produção de Sementes de Bauru, responsável pela Central de Comercialização do DSMM, acrescentando que a comercialização nos Núcleos de Produção de Sementes da CDRS está mantida. "O aprimoramento e a ampliação desse canal de vendas acontecem concomitantemente ao investimento na produção de sementes para a safra 2021 | 2022".

João Paulo ainda comenta que o objetivo é aprimorar este nicho de comercialização que tem se mostrado bom para quem revende e para quem compra. "Procuramos destacar que a revenda não se torna parceria apenas na distribuição, mas no trabalho de extensão rural de fazer chegar aos agricultores sementes produzidas dentro de rígidos padrões de qualidade e sanidade, com alta tecnologia de produção, beneficiamento e armazenamento. Ponto que inclui tratamento natural das sementes, com terra diatomácea, fortalecendo a atividade agrícola com renda na pequena propriedade rural", emenda.

O engenheiro-agrônomo da Agromec Agrícola Ltda, de Votuporanga, Geraldo Alves de Moura, fala sobre a sua experiência como revendedor. "Comercializamos as sementes de milho produzidas pela CDRS, que é um material de custo atrativo e mais rústico e, por isso, tem um nicho de mercado. Para o próximo ano, temos interesse em manter a parceria", afirmou. Sobre este canal de comercialização, João Paulo acrescenta que as revendas parceiras têm feito as vendas de forma presencial, on-line ou via e-commerce. "Em nossos núcleos, estão disponíveis para venda pelos canais digitais e pelo telefone, cuja entrega ocorre com agendamento prévio, de acordo com os protocolos sanitários exigidos pela pandemia", salienta, informando que as revendas interessadas na parceria podem entrar em contato com a Central de Comercialização, via WhatsApp: (19) 99790-8824. "Os produtores que desejarem obter o endereço das revendas que já são parceiras, bem como dos nossos núcleos, também podem entrar em contato conosco. Eles estão localizados nos municípios de Aguaí, Araçatuba, Avaré, Bauru, Fernandópolis, Ibitinga, Itapetininga, Lucélia, Manduri (Ataliba Leonel), Paraguaçu Paulista, Ribeirão Preto, Santo Anastácio e Taubaté", finaliza. AR

Bayer comemora 125 anos de Brasil!

Empresa aposta em saúde, colaboração, novas variedades e ainda comunica: 'Você e Bayer: é bom'

Marc Reichardt: "Reunir pessoas diversas em um ambiente acolhedor e plural".

A Bayer, multinacional alemã com atuação nos pilares da saúde e nutrição, completa neste ano 125 anos no Brasil e comemora a data anunciando um novo direcionamento para a sua estratégia organizacional: a colaboração. A nova proposta da empresa está alinhada ao fato de que 2020 foi um ano particularmente desafiador, com a pandemia do novo Coronavírus, evidenciando que a humanidade enfrenta, a partir de agora, desafios coletivos, não mais individuais. E, para solucioná-los, atores isolados não bastam. É preciso cooperação, parceria e colaboração entre empresas, startups, instituições, pessoas e governos. Foi essa a compreensão que levou a Bayer a redefinir suas prioridades estratégicas e anunciá-las no 'Encontro Virtual One Bayer', evento on-line realizado no fim de janeiro passado, que contou com a presença dos líderes da empresa. A presidente da Divisão Agrícola da Bayer, Malu Nachreiner, comentou a estratégia da companhia e listou algumas das prioridades de negócio para 2021 ao lado de Eduardo Bastos, diretor de Sustentabilidade para a América Latina, Mateus Barros, diretor de Digital e Novos Modelos de Negócio para a América Latina, e Natália Carvalho, líder de lançamento da plataforma Intacta 2 Xtend®.

A partir de 2021, a empresa pretende investir cada vez mais em colaboração. Externa, por meio de projetos desenvolvidos em seu novo hub de inovação aberta e constantes parcerias com instituições, empresas e startups relevantes para os seus negócios. E interna, com eventos que reúnam todas as suas divisões de negócio (agro, farmacêutica e consumo) e reforcem a mensagem de uma empresa unificada.

O encontro também contou com a apresentação do 'Manifesto Comemorativo' aos 125 anos da companhia no Brasil, que traz a assinatura "Você e Bayer: é bom" – uma releitura do centenário slogan "Se é Bayer, é Bom" – e que reflete um novo modelo de negócio, visando a mais colaboração e foco no cliente. "Não se trata de uma campanha, mas de uma evolução da nossa narrativa, que reflete o processo de transformação organizacional que estamos vivendo e alinha nossas mensagens aos propósitos da companhia. Mais do que fortalecer nossa voz, queremos ampliar nossa escuta. Para ser bom mesmo, tem que ter VOCÊ", ressaltou Malu Weber, Diretora Sênior de Comunicação Corporativa da Bayer Brasil.

Os negócios da empresa nos ramos de saúde e nutrição sempre foram marcados por inovações importantes. Por isso, a companhia pretende oferecer toda a sua tradição e experiência em inovação a outros setores da sociedade, a fim de ajudar a humanidade a solucionar os grandes desafios do nosso tempo, por meio de um olhar cuidadoso voltado para a sustentabilidade e para as pessoas. Os pilares estratégicos que deverão nortear a atuação de todas as divisões de negócio são: Sustentabilidade, Inovação Aberta e Pessoas & Cultura. Um catalisador de todo esse novo momento da Bayer é o 'LifeHub SP', primeiro centro de inovação aberta da empresa na América Latina e o mais completo do mundo, por meio do qual serão desenvolvidos projetos e soluções colaborativas para todos os negócios da companhia.

Além da inauguração do hub, outras iniciativas de 2020 marcaram essa transição da companhia para um novo momento, como o 'Programa Liderança Negra Bayer', maior edição de seu programa anual de trainee já realizada no Brasil, com vagas exclusivas para profissionais negros. "Em 2021, continuaremos investindo em iniciativas colaborativas e relevantes para endereçar os grandes desafios contemporâneos, totalmente alinhados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU), que chegam a um momento crucial neste ano, faltando menos de uma década para sua conclusão. Também continuaremos endereçando os desafios impostos pela pandemia, que impactaram todas as nossas divisões de negócio e a vida dos nossos colaboradores, e que, no entanto, estamos conseguindo transpor, garantindo a continuidade das atividades de forma segura e responsável, com qualidade de vida para as nossas pessoas", pontuou Marc Reichardt, presidente da Bayer no Brasil.

As divisões de negócios da Bayer também fizeram uma retrospectiva do ano que passou e falaram sobre as principais iniciativas para 2021. No agronegócio, por exemplo, um dos destaques continua sendo o 'Projeto Carbono', uma iniciativa da Bayer que recompensa agricultores que gerarem créditos de carbono a partir de práticas agrícolas sustentáveis. Iniciado em 2020, com cerca de 500 agricultores no Brasil em 14 estados, o projeto terá em 2021 seus primeiros resultados, um passo fundamental para o avanço na construção de um mercado de créditos de carbono na agricultura.

A área também mantém o incentivo às redes que fomentam a troca e a interlocução com os demais players do mercado, como startups, universidades, entidades, órgãos públicos, pesquisadores e, é claro, o produtor. Já no setor farmacêutico, a Bayer segue com o seu propósito de fazer 'Ciência para uma vida melhor'. Alinhada a essa questão, a empresa terá como foco a atuação nas áreas de saúde feminina, cardiologia, oncologia, oftalmologia e hematologia. Além disso, a inovação e a transformação digital serão os pilares essenciais na divisão.

A área de Consumer Health no Brasil, que é o maior mercado da Bayer na América Latina, por sua vez, reforçou que o seu grande pilar continua sendo o autocuidado. Foi isso, inclusive, que fez a área alcançar bons resultados em vendas no ano passado. Por fim, a expectativa para 2021 também é de crescimento para o setor de OTC (Over-the--Counter). Isso porque alguns hábitos devem permanecer mesmo depois da pandemia, como, por exemplo, a maior atenção dos consumidores para a sua saúde e o autocuidado. "A empresa investe em inovação com o objetivo de criar práticas, soluções e produtos que ajudem a sociedade a enfrentar os grandes desafios socioambientais do nosso tempo, como as mudanças climáticas, o aumento exponencial da população global e o envelhecimento da nossa sociedade. Para cumprir essa missão, a Bayer entende que precisa reunir pessoas diversas, com histórias, origens e contribuições particulares, em um ambiente acolhedor e plural", ressaltou Reichardt. AR

AGRO TOTAL

Além dos lançamentos em biotecnologia para as três principais culturas cultivadas no Brasil (soja, milho e algodão), um dos principais temas ligados à inovação abordados no encontro virtual foi a recente aprovação da soja com tecnologia Intacta 2 Xtend® pela União Europeia, que concluiu a última etapa antes do lançamento comercial da Plataforma Intacta 2 Xtend®, na safra 2021/2022. O lançamento é parte da estratégia da Bayer para elevar o potencial produtivo das lavouras de soja brasileiras a outro patamar e fruto dos investimentos da companhia. Anualmente, são investidos 2,3 bilhões de euros em Pesquisa & Desenvolvimento na divisão agrícola, volume maior que o de qualquer concorrente do setor.

Como suporte ao lançamento, mais de 300 agricultores brasileiros já tiveram a chance de testar a plataforma, que deverá resultar no lançamento de cerca de 30 variedades de soja para as principais regiões produtoras do País, incluindo variedades exclusivas para áreas de refúgio. Em breve, Intacta 2 Xtend® será comercializada ao lado de outras soluções inovadoras do portfólio da Bayer.

Além dos avanços em P&D, foi abordada a maior demanda dos produtores por soluções digitais, seja em relação a produtos e serviços, seja na própria forma de a empresa se relacionar com o campo. Alguns destaques foram a expansão da Orbia, joint venture da empresa com a Bravium, que oferece marketplace de commodities, insumos e serviços, do programa de fidelidade Impulso Bayer, que registrou uma alta de 33% no resgate de serviços em 2020, e a plataforma de agricultura digital Climate FieldView, que já mapeia mais de 50 milhões de hectares globalmente.

Segundo Malu Nachreiner, a adoção de ferramentas digitais permitirá que a agricultura seja cada vez mais sustentável e possibilitará que o setor seja visto como parte da solução para endereçar as questões climáticas e de proteção à biodiversidade.

BAYER GLOBAL

104 mil colaboradores
Vendas de € 43,5 bilhões em 2019
Investimentos de € 2,9 bilhões
Pesquisa & Desenvolvimento somaram € 5,3 bilhões | 2,3 bilhões na divisão agrícola

AVANÇOS BAYER

Soja Intacta 2 Xtend®: lançamento de 30 variedades
Expansão da Orbia, marketplace de commodities, insumos e serviços
Programa de fidelidade Impulso Bayer: alta de 33% no resgate de serviços
Plataforma de agricultura digital Climate FieldView: + de 50 milhões de ha

A busca por crédito

Tecnologia na análise permite ao distribuidor vender mais, não esperar até o fim da safra para receber e sair totalmente do risco

Bernardo Fabiani, CEO da Terra Magna.

O crédito é o insumo mais importante para o agronegócio. Produtores, normalmente, não têm recursos para iniciar a safra. Diante disso, é cada vez mais comum ser realizada uma operação de barter, em que o produtor compra os insumos do distribuidor pagando a prazo, no final da safra, com parte de sua produção. A operação, apesar de muito conhecida e realizada, oferece riscos, além de o distribuidor receber apenas depois de seis a oito meses, em média, de acordo com a cultura negociada para o pagamento.

Existe uma alternativa para que o distribuidor não fique tanto tempo esperando? Sim. A antecipação de títulos, como duplicatas e CPRs (Cédulas de Produto Rural), em que ele pode vender esses documentos e receber o montante integral da venda de insumos à vista, e não no prazo safra. Essa operação é viável porque, através de tecnologias como o monitoramento via satélite e as análises do campo com inteligência artificial, é possível medir precisamente os riscos de quebra de uma safra e acompanhar todo o seu desenvolvimento. Com esses dados em mãos, o agro atrai o interesse de investidores especializados em adquirir direitos creditórios, ou seja, que têm o foco em "comprar" vendas a prazo, permitindo, assim, que a antecipação possa ser feita.

A procura pela antecipação de títulos do agro aumentou cerca de 25% em 2020, comparado com 2019, segundo especialistas. Na TerraMagna, por exemplo, foram movimentados mais de 53 milhões de reais no ano passado, através da antecipação de CPRs e duplicatas de distribuidores de insumos de várias regiões do Brasil. Dessa maneira, essas empresas tiveram um maior fluxo de caixa e puderam trabalhar com um capital que, de outra maneira, só receberiam meses depois. Além disso, conseguiram comprar mais insumos, como sementes e fertilizantes, aproveitando descontos de até 15% por pagarem à vista. E aproveitaram muito mais o pico de vendas pré-safra. Há casos em que as vendas da revenda, em um único ano, aumentaram em 25% devido a essa venda.

As vantagens não acabam por aí. Cada vez mais, os distribuidores estão atentando a outro fator importante da antecipação: a segurança que ela traz. Uma vez que o título é "vendido" para o investidor, todo o risco da operação vai junto com ele. Assim, quaisquer quebras de safra ou riscos de inadimplência passam a ser responsabilidade do investidor que adquiriu o título. Com o apoio da segurança trazida pela tecnologia na análise, todo mundo sai ganhando nesse processo: o distribuidor vende mais, não espera até o final da safra para receber e sai totalmente do risco. O investidor se posiciona no melhor setor da economia brasileira e o produtor pode comprar mais insumos a prazo, de maneira rápida e com taxas justas. AR

Faça parte do melhor grupo de especialistas em marketing do agrobusiness.

Imagens: Prepick

Venha para a ABMRA.

Os mais relevantes serviços e produtos de marketing e comunicação no agro.

- **8ª Pesquisa ABMRA Hábitos do Produtor** - o mais completo levantamento do perfil e dos hábitos de compra e de mídia dos produtores rurais brasileiros.
- **XIX Mostra de Comunicação Agro ABMRA** - a maior premiação do gênero.
- **AgroMarketing Meetings ABMRA** - eventos bimestrais que ampliam o debate e discutem as novas tendências de comunicação e a inovação das relações com o produtor 4.0.
- **ABMRA Talks** - série de webinars, com frequência mensal, trazendo temas de interesse para a comunidade de marketing & comunicação do agro brasileiro, apresentando cases e as boas práticas do setor, sempre com convidados muito especiais.
- **13º Congresso de Marketing do Agro ABMRA** -importante evento do segmento, que objetiva discutir, revisar e aprofundar as discussões mais importantes sobre o Marketing e a Comunicação do Agronegócio no Brasil.

Saiba mais: www.abmra.org.br
Av. Brigadeiro Faria Lima, 1811 - Pinheiros, São Paulo - SP
Fone: 11 3812.7814

ABMRA
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE MARKETING RURAL E AGRONEGÓCIO

Sinergia entre montadoras e o setor sucroenergético

O etanol produzido pelo campo brasileiro vai ser o futuro do carro híbrido movido a hidrogênio

Os setores sucroenergético e automobilístico fazem parte de uma importante cadeia produtiva. Integrados, trazem benefícios não só para seus respectivos setores, como movimentam uma 'enorme engrenagem', que, por fim, também impacta positivamente os consumidores. Essa parceria, que surgiu há 47 anos durante a crise do petróleo, também teve um importante aliado: a criação do Programa Nacional do Álcool (PróÁlcool). A iniciativa foi uma resposta para a grave crise de balança de pagamento que o Brasil atravessava e para garantir o abastecimento da frota brasileira. E, entre muitos avanços, desenvolveu uma grande e inovadora tecnologia nacional: o uso do etanol como combustível limpo e sustentável. Vale destacar que este trabalho conjunto também foi responsável por constituir uma importante agroindústria no interior do País e desenvolver uma tecnologia automotiva ímpar no mundo.

A tecnologia e a infraestrutura de distribuição de combustíveis, construídas entre as décadas de 1970 e 1980 para a produção e uso do etanol como combustível, trouxeram frutos importantes para o País e, nos anos 2000, este trabalho foi coroado com o lançamento do carro flex fuel brasileiro. Rapidamente, o veículo transformou-se em uma preferência nacional, pois, pela primeira vez na história mundial, o consumidor ganhou a capacidade de escolha do combustível na hora do abastecimento, e não mais na compra do veículo. Este importante avanço, além de ter impulsionado significantemente a expansão do número de postos de combustíveis pelo País – atualmente, são 42 mil pontos para abastecimento – fez com que o Brasil conte hoje com uma frota composta por mais de 30 milhões de carros e 5,5 milhões de motos flex. Outro trunfo, este ainda mais importante para a sociedade, é o protagonismo do veículo movido com o biocombustível na diminuição da emissão dos Gases do Efeito Estufa (GEE).

Quando analisamos o impacto regional, também temos uma bela história para contar. Exemplo de desenvolvimento no interior do Brasil graças ao etanol, a região de São José do Rio Preto concentra, desde 2004, grandes grupos sucroenergéticos, que se instalaram nos municípios localizados no entorno e têm gerado empregos, renda e desenvolvimento. Ao todo, a grande região de Rio Preto conta com 28 unidades ativas, que colaboram com o protagonismo do setor, e é considerada uma das mais importantes na produção do etanol.

O estado de São Paulo como um todo também se beneficiou. Hoje, tem 163 usinas, das 360 em operação no País. São mais de 400 municípios do estado envolvidos no cultivo da cana-de-açúcar, em uma área de 6 milhões de hectares, que resulta em mais de 1,1 milhão de empregos diretos e indiretos no setor. Em 2019, São Paulo respondeu por 54% do volume de cana processada no Brasil. Outro ponto de destaque foi o consumo do etanol hidratado, que representou quase 50% da demanda para veículos leves no estado.

Todos estes dados ratificam a importância dos setores automobilístico e sucroenergético para a economia brasileira, o que nos faz refletir sobre a urgência de estarmos atentos e prontos para responder às transformações que podem ocorrer nos próximos anos. O mercado assiste à crescente discussão e produção, casos da Europa e da China, dos carros movidos à energia elétrica. No Brasil, a eletrificação dos veículos merece uma reflexão mais aprofundada, já que carrega questões importantes para serem debatidas: altos investimentos em infraestrutura e a provável desindustrialização da cadeia automobilística (autopeças e montadoras), além do setor produtivo de etanol. O custo estimado de implantação do smart grid no País, hoje, está entre US$ 210 e 300 bilhões, de acordo com a Empresa de Estudos Energética (EPE). Um investimento alto que é desnecessário.

É preciso desmistificar o tabu de que o carro elétrico é menos poluente do que um veículo flex fuel movido a etanol. Um bom exemplo de comparação podem ser os carros europeus e chineses movidos à bateria, cuja base de pro-

dução da eletricidade é o carvão mineral, responsável pela poluição do ar, emissão de GEE e pela formação de chuvas ácidas. Ao considerar o Ciclo Total de Vida (que estima o consumo de energia e as emissões de GEE da etapa de extração da matéria-prima e da transformação de energia na produção dos combustíveis), o veículo a etanol possui um nível inferior de emissão de GEE, ao nível de emissão de um carro elétrico com bateria europeu e muito menor quando comparado a um chinês, pois a matriz elétrica brasileira é mais limpa.

Visando à manutenção de empregos, sempre tão importante, e à interiorização da economia promovida pelo biocombustível, é fundamental que a produção de etanol seja estimulada para ampliar o mercado, além da sua eficiência ambiental. A boa notícia é que o etanol pode ser o combustível para o veículo mais limpo do mundo, que é o carro híbrido, que produz a eletricidade a partir do etanol dentro do veículo. Como exemplo, temos o Corolla, da Toyota, primeiro carro híbrido flex do mundo, lançado em 2019 no Brasil.

Cada país deve encontrar a sua solução de melhoria ambiental mais adequada e, sem dúvida, o carro movido a etanol é a melhor saída para o Brasil, conforme disse o presidente da Volkswagen no País, Pablo Di Si, em recente evento. Neste ponto, nosso país está um passo à frente, pois já dispõe de tecnologia, infraestrutura e indústria automobilística adaptada. O futuro é o carro híbrido e, posteriormente, o carro movido a hidrogênio a partir do etanol. Com essa visão de futuro, continuaremos a ser referência para o mundo e a sinergia dos setores automobilístico e sucroenergético continuará sendo geradora de empregos e tecnologia inovadora para impulsionar o País. AR

Jacyr Costa Filho integra o Comitê Executivo do Grupo Tereos e preside o Conselho Superior do Agronegócio (COSAG) da Fiesp.

Logística: mais um fator do Custo Brasil

E o prejuízo é para todos, no preço do produto final que compramos. Seja arroz ou um saco de cimento.

Luciano Vacari, gestor de Agronegócio e diretor da NeoAgro Consultoria.

Um dos maiores depreciadores da renda dos produtores rurais é o custo com transporte. Mas esse não é um problema só do produtor rural. Pelo contrário, o impacto disso chega a todos, embutido no preço do produto final que consumimos. Seja um quilo de arroz ou um saco de cimento, todos os produtos trazem agregado no valor o custo do transporte. Para exemplificar, vou utilizar a cadeia produtiva do agronegócio, que atualmente é um dos principais setores da economia brasileira. Dados divulgados pela FreteBras apontam que, em 2020, o custo do frete para o agronegócio aumentou 71,9% em comparação com 2019. O índice está no anuário "O Transporte Rodoviário no Brasil" e acompanha a alta no preço das principais commodities produzidas no País. De acordo com a plataforma FreteBras, o preço médio do frete pago pelo agronegócio foi de R$ 0,14 por tonelada.

Em 2019, levantamento feito pelo Movimento Pró-Logística, mantido por um conjunto de entidades representantes de diferentes cadeias produtivas, apontou que o custo para levar uma tonelada de grão de Sorriso/MT até a China é de US$ 110/t. Este valor foi calculado com o transporte sendo feito em dois modais, rodoviário até os portos e, depois, navio. Na Argentina, país vizinho, o custo para levar uma tonelada de grãos de Córdoba até a China é de US$ 57/t. O valor é bem menor mesmo adotando os mesmos modais (rodoviário e navio), porque a distância do centro de produção até o porto é menor. Já nos Estados Unidos, que possui dimensões mais próximas do Brasil, o transporte é feito por hidrovia dentro do país e o custo para levar uma tonelada de grãos para a China é US$ 56/t.

O valor elevado pago no Brasil para o transporte de carga vem, em grande parte, da dependência do modal rodoviário de transporte, considerado o mais caro e de maior impacto socioambiental. O uso de combustíveis fósseis, a falta de investimento na modernização da malha viária, o tempo de viagem e o custo de manutenção dos veículos aumentam não só o preço do frete, mas também o risco de acidentes. No Brasil, 62% do transporte de carga é feito por rodovias. Na Argentina, a participação é de 44% e, nos Estados Unidos, 25% do transporte é feito sobre rodas. Investir na diversificação dos modais de transporte reduz o custo de produção e, consequentemente, dos produtos também.

E não falo somente de hidrovia, não. O transporte ferroviário mesmo. Há quanto tempo ouvimos falar da Ferrogrãos, da Ferrovia Integração Centro-Oeste ou que os trilhos vão chegar até Cuiabá? São promessas de décadas que não saem do papel. Sabemos que os entraves burocráticos, tanto econômicos quanto ambientais, alongam a execução dos projetos. Mas, com um trabalho transparente, com informações técnicas legítimas e os devidos investimentos, é possível diversificar nossas alternativas de transporte, reduzindo custo, aumentando a concorrência e melhorando a remuneração de todos os envolvidos.

Aumentar a produtividade do rebanho faz parte da nossa tradição.

Parasitas internos e externos trazem muitos prejuízos aos animais e aos produtores.

Conheça nossa linha de endectocidas indicado para bovinos.

Saiba mais: www.matsuda.com.br (35) 3539-1800 | MG (18) 3226-2000 | SP

MATSUDA

Ourofino Saúde Animal lança Programa Examina

Pacote tecnológico será executado nas fazendas de leite e de corte do Brasil para maior produtividade

Aponte a câmera do seu celular no QR Code, faça o download do vídeo e compartilhe!

O propósito da Ourofino como empresa é reimaginar a saúde animal no Brasil. Há 34 anos no mercado, a companhia se destaca por ter uma das maiores equipes técnicas a campo, com 87 profissionais qualificados para atendimento personalizado de acordo com a realidade de cada fazenda. Para maior assistência e acompanhamento da rentabilidade, a Ourofino inova no mercado com o Programa Examina, um pacote tecnológico com serviços personalizados. "O Programa Examina é classificado em 15 módulos com diferentes frentes de trabalho para melhorar a sanidade, a reprodução e a nutrição. Também vamos qualificar as equipes das propriedades para identificação do problema e ação rápida, visando o bem-estar dos animais, além de a produtividade do negócio", explica Bruna Guerreiro, médica-veterinária, especialista técnica da Ourofino Saúde Animal e responsável pela iniciativa.

Os consultores técnicos da empresa visitam as propriedades e identificam quais são as necessidades específicas do cliente. Após as análises da saúde e índices produtivos, traçam a melhor estratégia dentro da particularidade daquela situação. "Os protocolos vão desde boas práticas de manejo até o controle sanitário em confinamento. Esse trabalho busca muito mais do que entregar excelentes produtos, queremos fazer parte do negócio dos nossos parceiros. Nossa equipe também faz um acompanhamento contínuo de cada situação para saber os avanços", complementa a veterinária.

Os produtores interessados, podem procurar a loja agropecuária de confiança para saber qual consultor técnico da Ourofino Saúde Animal atende a região ou ligar no 0800 941 2000, de segunda a sexta, das 8h às 17h (Brasília).

EXAMINA NAS FAZENDAS BRASILEIRAS

O consultor técnico Rafael Meireles acompanha a fazenda Chapadão das Guaritas em São Gotardo (MG) desde 2018. Na época em que começou o trabalho, as perdas de silagem chegavam a mais de 200 toneladas. Com o Examina Nutre, o médico-veterinário assistiu a produção de silagem desde o corte até fechar o silo. "Neste processo, medi o pH para ver a fermentação, analisei a trituração do grão do milho e o tamanho da partícula. Também foram avaliadas as características da silagem como o cheiro e a coloração", comenta Meireles.

Com os dados, o consultor técnico introduziu na propriedade o inoculante Silosolve MC e a barreira de oxigênio Silage Seal. "Hoje não perco mais silagem depois dessa assistência da Ourofino", afirma Washington Aparecido Silva, dono da fazenda. AR

OS 15 MÓDULOS DO PROGRAMA EXAMINA OUROFINO SÃO:

1. Examina Apoia:
- 1.1 - Boas Práticas Aplicação de Medicamentos
- 1.2 - Manejo Racional
- 1.3 - Boas Práticas na IATF
- 1.4 - Manejo de Cria e Recria de Gado de Corte
- 1.5 - Manejo de Cria e Recria de Gado de Leite

2. Examina Produz - Controle da mastite e Manejo de Ordenha

3. Examina Trata:
- 3.1 - Enfermidades no Gado Leiteiro
- 3.2 - Manejo Sanitário em Confinamento

4. Examina Nutre:
- 4.1 - Avaliação da digestibilidade da dieta
- 4.2 - Avaliação da qualidade da silagem

5. Examina Controla:
- 5.1 - Kit de Biocarrapaticidograma
- 5.2 - Examina Controla – Parasitas internos

6. Examina Gestão:
- 6.1 - Gestão Sanitária
- 6.2 - Indicadores zootécnicos
- 6.3 - Gestão de líderes

No Canal do Boi e nas Redes Sociais a prateleira de cima do agro está cada vez maior e melhor.

120.000 seguidores

4.300 entrevistas no ar

25 milhões de antenas parabólicas

9 milhões de pontos NET e CLARO TV

400.000 assinantes NEO TV
(70 operadoras em 19 estados e 25 operadoras no Paraguai)

FALA CARLÃO

DOMINGÃO DO CARLÃO

De Segunda a Sexta, às 16h30, no Canal do Boi, na abertura do programa Mais Pecuária.

Todos os Domingos, às 7h30, também pelo Canal do Boi.

Assista, curta e compartilhe
/falacarlao

* Soma da audiência das Redes Sociais do Programa Fala Carlão e do Canal do Boi

PUBLIQUE

Relações internacionais e o Agro na pandemia

A Covid-19 reitera a necessidade de refletirmos sobre o modo como produzimos, processamos e distribuímos os alimentos

A pandemia de Covid-19 pode ser comparada a uma guerra mundial por sua brutalidade e suas consequências em termos de perda de vidas humanas e danos econômicos e financeiros. Podemos considerar que guerra e geopolítica andam paralelamente. O vírus, que é provavelmente de origem natural, assemelha-se às armas biológicas (de destruição em massa) que foram desenvolvidas por potências mundiais ao longo da história e que, apesar

de sua proibição, muito provavelmente continuam a ser desenvolvidas em laboratórios secretos. Mas, na crise atual, tornou-se óbvio que nenhum país, nem mesmo os Estados Unidos ou a Rússia, as duas potências mundiais com os maiores arsenais de destruição em massa, está equipado para enfrentar o desafio que estamos ainda passando.

A pandemia de Covid-19 levanta questões sobre a preparação para ameaças biológicas no mundo. Especialistas alertam que a nossa civilização precisará estar mais preparada não apenas para a próxima pandemia natural, mas também para agentes biológicos de engenharia humana projetados para causar o caos em grande escala. Uma frase conhecida diz que a guerra biológica é "a bomba nuclear do país pobre". Um pequeno país rebelde poderia, portanto, criar mais aborrecimentos do que as maiores potências. Paralelamente, ficou claro que a saúde não é um serviço social nem uma atividade empresarial. Líderes acostumados a consultar seus generais em crises anteriores, desta vez, passaram noites sem dormir, examinando as propostas de seus especialistas da área sanitária. Esperamos que tenham aprendido que a assistência médica subfinanciada é tão importante quanto a defesa militar.

Na busca desesperada de soluções em escala nacional, os estados democráticos às vezes se comportam como predadores, piratas e contrabandistas. A Covid-19 ofereceu a oportunidade de caricaturar o trabalho da Organização Mundial da Saúde (OMS), essencialmente, acusando-a de ser manipulada pela China. Isso levou o Secretário-Geral da Organização das Nações Unidas (ONU) a alertar que o mundo estava "se movendo em uma direção muito perigosa" com as tensões EUA-China e, por consequência, apelar por esforços para evitar uma nova Guerra Fria. No geral, enquanto a atenção do público se concentrava na pandemia, os chauvinistas se sentiam encorajados a travar suas pequenas guerras sujas, presumindo que ninguém estaria assistindo (por exemplo, Síria, Líbia, Iêmen, Afeganistão e Etiópia). Nunca os jornalistas viajaram tão pouco. Nunca as notícias internacionais estiveram tão ausentes das telas de TV. Essa situação levou a uma erosão da supervisão pública e internacional.

Do ponto de vista econômico e comercial, arriscamos afirmar que a pandemia promoverá uma exposição internacional ainda maior do agronegócio do Brasil. A demanda por alimentos continua aumentando e é possível que, na falta de uma flexibilização da disputa comercial (Estados Unidos x China), abra-se ainda mais espaço para as nossas exportações de produtos agrícolas no curto prazo. Mas o que aparenta ser uma vantagem também poderá se converter em vulnerabilidade, caso sejam negligenciados temas como a questão do controle sanitário e da rastreabilidade da produção. A sustentabilidade é um paradigma que ganhou muito mais força com a pandemia, não apenas em função de ordem sanitária, mas também da perpetuidade de todo um sistema. Embora os grandes números do nosso agro continuem a crescer, mesmo depois de um ano de muitas dificuldades e batalhas internas, vale recordar a vulnerabilidade daqueles que produzem produtos perecíveis, como frutas e hortaliças. Desde as dificuldades de escoamento até o impacto nos canais de vendas.

Também é oportuno recordar que, ao vislumbrar o lado do consumidor, os preços de alimentos básicos subiram e o desemprego, principalmente nas áreas urbanas, continua a crescer. Um Brasil com o agronegócio que possui não pode deixar a sua população em situação de fome e pobreza. As crises de desabastecimento e a inflação de alimentos precisam ficar resguardadas para não deixarem de ser apenas um fantasma que assombrou o País até os anos 1980.

A pandemia da Covid-19 está nos deixando muitos legados. Talvez mais negativos do que positivos. Portanto, reiteramos a necessidade de refletirmos muito sobre o modo como produzimos, processamos e distribuímos os alimentos. Temos que repensar a razão de nossas empresas existirem, incluindo este contexto que contempla a sociedade em termos de saúde, nutrição, bem-estar e meio ambiente, que nos garantirá a perpetuidade existencial e dos ativos biológicos, além de melhorar o conhecimento acumulado e o emprego de tecnologias para continuarmos a crescer.

Cuide-se bem e que a chegada da vacina nos proporcione um 2021 cheio de esperança para todos!

Jogi Humberto Oshiai:
Diretor de Assuntos Públicos do Escritório de Advogados Europeus FratiniVergano (Bruxelas) e colaborador da FZEA/USP. Contato : j.oshiai@fratinivergano.eu

Fernanda Kesrouani Lemos:
Pesquisadora da Universidade Ibirapuera e pesquisadora-colaboradora da FIA. Contato : fernandaklemos@gmail.com

Lemos & Oshiai consultoria

Votorantim Cimentos vende cinco milhões de toneladas de insumos

O recorde chega no ano em que a empresa lançou a Viter, marca de negócio de insumos agrícolas

Brasil produziu 43 milhões de toneladas de calcário agrícola em 2020.

A Votorantim Cimentos, empresa internacional de materiais, minerais e soluções, atingiu um novo recorde de vendas no mercado agrícola. Em 2020, comercializou cinco milhões de toneladas de insumos agrícolas pela unidade de negócios Viter, voltada ao agronegócio. Segundo dados da Associação Brasileira dos Produtores de Calcário Agrícola (Abracal), o Brasil produziu 43 milhões de toneladas do insumo em 2019. "Nosso volume de entrega recorde ao mercado é resultado da combinação do crescimento do agronegócio no País no ano passado com a consolidação de projetos e a expansão do portfólio de produtos da Viter. Esse aumento também mostra a tendência de o produtor rural buscar cada vez mais soluções que elevem a produtividade do solo, trazendo melhor resultado para seu negócio", afirma o gerente-geral da Viter, Laercio Solla.

Em maio de 2020, a Votorantim Cimentos apresentou ao mercado a Viter, a marca da sua 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. Atualmente, 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 Viter está distribuída em oito fábricas no Brasil. Nas regiões Norte e Centro-Oeste, há operações nas cidades de Nobres (MT), Xambioá (TO) e Sobradinho (DF). A região Sudeste é abas-

tecida por unidades em Itapeva (SP), Salto de Pirapora (SP), Itaú de Minas (MG) e Paracatu (MG). Já a região Sul é atendida pela operação de Rio Branco do Sul (PR).

No ano passado, a Viter também lançou no mercado o Optmix. O produto corrige, nutre e condiciona o perfil do solo em uma única aplicação, já que reúne calcário e gesso e, com isso, disponibiliza três macronutrientes essenciais: cálcio, magnésio e enxofre. Além de proporcionar a recuperação do solo, o Optimix contribui para melhorar a gestão de estocagem de insumos e para a redução dos custos. Em 2019, a Votorantim Cimentos anunciou um plano de investimentos de R$ 200 milhões para os próximos cinco anos. Esse valor inclui o desenvolvimento de novos produtos e o aumento da capacidade de produção da Viter, que tem um amplo portfólio comercializado com as marcas Calcário Itaú, Cal Fértil e Optimix. "Nosso propósito é perpetuar o potencial máximo do solo do agricultor, garantindo a sustentabilidade da produção. O solo é base da boa produtividade de uma lavoura e esse é o nosso foco. O recorde na expedição de insumos agrícolas em 2020 demonstra que a nossa estratégia de atuação no agronegócio está no caminho certo", afirma o diretor de Operações no Brasil da Votorantim Cimentos, André Leitão.

A agricultura começa no solo - Os solos brasileiros possuem pH excessivamente ácido, o que leva à diminuição na disponibilidade de nutrientes, como fósforo, cálcio, magnésio e potássio. Seu manejo correto oferece ganho ambiental, notadamente ao solo e à água. O uso de calcário agrícola melhora as propriedades físicas do solo, proporcionando melhor aeração e circulação de água e favorecendo o desenvolvimento das raízes. AR

VOTORANTIM CIMENTOS

Fundada em 1933
Produz cimentos, concretos, argamassas, agregados, insumos agrícolas, gestão de resíduos e coprocessamento
Quase 12 mil colaboradores
Receita líquida de R$ 13 bilhões em 2019
Presente no Brasil, Canadá, Marrocos, Uruguai, na Argentina, Bolívia, Espanha, Tunísia, Turquia, nos Estados Unidos e em Luxemburgo

VOTORANTIN AGRO

Produção de insumos agrícolas Viter em oito fábricas no Brasil | Nobres (MT), Xambioá (TO), Sobradinho (DF), Itapeva (SP), Salto de Pirapora (SP), Itaú de Minas (MG), Paracatu (MG) e Rio Branco do Sul (PR)
Linha Viter: Calcário Itaú, Cal Fértil e Optimix.

Laércio Solla, gerente Geral da Viter: "Agricultor quer elevar a produtividade do solo".

Pets Boehringer Ingelheim Saúde Animal tem nova diretora

A executiva Tatiana Zambon é a nova diretora da Unidade de Negócios de Animais de Companhia da Boehringer Ingelheim Saúde Animal. Ela chega para acelerar o negócio de Pets e a consolidação e ampliação das marcas do portfólio – como NexGard®, Frontline®, Rabisin® e a linha Recombitek®, entre outros –, dar continuidade à estratégia de inovação e ampliar as parcerias estratégicas com clientes e médicos-veterinários como elementos-chave para a aceleração do negócio. "Estou muito animada com essa nova etapa na minha carreira e com a perspectiva de crescimento da área de Pets, que conta com marcas bem fortes e relevantes no segmento e novos produtos a caminho. Mesmo com os desafios no período de pandemia, a minha expectativa é muito positiva e tenho confiança de que manteremos nosso crescimento de dois dígitos", afirma a nova diretora. Tatiana é formada em administração pela FGV, com MBA pela Tuck School of Business (EUA) e possui ampla experiência nas áreas de vendas, comercial, marketing e gestão estratégica de negócios. AR

Royal DSM anuncia novos vice-presidentes de Nutrição

A Royal DSM anuncia mudanças na liderança das áreas de negócios na América Latina. Luiz Magalhães, atual vice-presidente de Nutrição Humana para América Latina, sucede a Augusto Adami. "É uma mudança de extrema importância para minha carreira dentro da DSM. Vou dar continuidade ao trabalho que já vem sendo executado, focando o desenvolvimento de clientes, novos negócios, soluções e tecnologias, além da gestão de pessoas", comenta Magalhães. O executivo está na DSM desde 2017. Com a movimentação, Giovani Saggioro assume a vice-presidência de Nutrição Humana para América Latina. O executivo ingressou na DSM em 2007 e atuou como diretor de Marketing Latam, gerente de Vendas Brasil e gerente global de Marketing, na Suíça. No início de 2020, Saggioro assumiu o cargo de diretor de Marketing de Nutrição Humana Latam, onde desenvolveu e executou uma nova estratégia de Nutrição Especializada e projetos especiais para expandir a atuação do setor em toda a América Latina. "Nutrição Humana é uma área com muito potencial de crescimento, especialmente no cenário atual de pandemia, em que nutrição e bem-estar são fatores-chaves para a imunidade", ressalta Saggioro. AR

Giovani Saggioro, vice-presidente Nutrição Humana para América Latina.

Luiz Fernando Magalhães, vice-presidente Executivo para América Latina.

Christoph Rauch é CEO do SAN Group

O SAN Grupo iniciou 2021 com a contratação do CEO Christoph Rauch. Ele tem como foco o desenvolvimento estratégico do grupo, que reúne as empresas Sanphar Saúde Animal, Bio-Ferm e Westbridge, todas do agronegócio, além de SAN Real – de construção e mercado imobiliário – e SAN Pacific Investiments. Nascido em Viena, o novo CEO é PhD em física. "Christoph e eu dividimos a mesma visão sobre futuro e sustentabilidade para o planeta. Ele traz ao SAN Group a experiência de muitos anos em negócios internacionais, especificamente em estratégias comerciais e tecnologia", afirma Erich Erber, proprietário e fundador do SAN Group. O novo CEO inicia sua atuação concentrando investimentos na cadeia da produção e biotecnologia, digitalização e automação, bem como energia verde e sustentabilidade. Rauch conheceu Erich Erber enquanto trabalhava na Palfinger AG, em Cingapura. Após retornar à Áustria, tornou-se diretor-executivo da Mechatronik Systemtechnik GmbH, membro do Comitê de Supervisão da Erber AG e supervisionou a venda do Erber Group para a Royal DSM.

Vaccinar comemora 40 anos

Com o orgulho de ser uma empresa 100% brasileira e uma das líderes do setor, a Vaccinar Nutrição Animal reforça o posicionamento de estar próxima dos clientes. Em 2020, anunciou um novo centro de Distribuição (CD), uma nova unidade industrial em Araguaína (TO), iniciou atividades em Teresina (PI), lançou uma nova marca, um selo comemorativo e um novo site. A empresa oferece soluções nutricionais para aves, bovinos, suínos, aqua, pet e assessoria técnica. Rações, premixes, núcleos, concentrados, gorduras e aditivos. A produção total para 2021 é de 400 mil toneladas. Mantém seis unidades produtivas nas regiões Sul, Sudeste, Nordeste e Centro-Oeste. Além de cinco centros de distribuição no Brasil e um no Paraguai. Outras duas plantas estão sendo viabilizadas em Goianira (GO) e Araguaína (TO).

Nelson Lopes, CEO da Vaccinar.

"Chegamos a um estágio de maturidade e sinto que a empresa está começando agora, com uma bagagem de 40 anos de atuação nacional e internacional", ressalta o CEO da Vaccinar, Nelson Lopes.

2021 começou com preços 'morro acima'

Temos que agradecer o início de 2021, que trouxe uma coleção de bons números

Segundo as novas projeções do Fundo Monetário Internacional (FMI), a economia global deve se recuperar da queda de 3,5% de 2020 e crescer 5,5% neste ano e 4,2% no ano que vem. A Zona do Euro, que teve queda de 7,2% em sua economia no ano passado, deve crescer 4,2% em 2021 e 3,6% em 2022. Já nos Estados Unidos, o crescimento para os dois próximos anos deverá ser de 5,1% e 2,5%, de modo a rebater a queda de 3,4% de 2020. A China deverá acelerar seu crescimento em 8,1% em 2021 e outros 5,9% em 2022. Enquanto outros mercados emergentes devem crescer 6,3% e depois 5%. O Dólar encerrou 2020 cotado a R$5,19, revelando uma valorização acumulada de 29,37% no ano. Com isso, a moeda brasileira teve o segundo pior desempenho em nível global ante a americana.

A China lançou um plano para zerar suas emissões de gases de efeito estufa até 2060, conforme publicado pelo Goldman Sachs do país. De acordo com o plano, serão investidos US$16 trilhões em infraestrutura limpa, sendo um dos objetivos a transformação completa da frota rodoviária para veículos elétricos. Outros eixos do projeto envolvem investimento em hidrogênio combustível e programas de captura de carbono. O país asiático quer reverter seu quadro atual de maior emissor do planeta, respondendo por 30% do total das emissões, mas até 2030 aumentará as emissões.

No Agro Mundial e Brasileiro, em nova previsão do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA) para o ciclo 2020 | 2021, a produção de soja foi revisada para baixo, agora em 361 milhões de toneladas, com o Brasil produzindo 133 milhões de toneladas, EUA com estimativa de 112,54 milhões e a safra argentina em 48 milhões. Com isso, os estoques da oleaginosa caem e devem ficar em 84,31 milhões de toneladas. Para o milho, a produção global também sofreu cortes e agora é estimada em 1.133,89 milhão de toneladas, com os EUA produzindo 360,24 milhões; o Brasil com 109 milhões e a Argentina com 47,5 milhões. Dessa forma, os estoques do cereal devem permanecer na

casa das 283,3 milhões de toneladas. Esta previsão deu firmeza aos preços.

No Brasil, a Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB) projetou em seu boletim de início de ano que a produção de grãos da safra 2020 | 2021 será de 264,8 milhões de toneladas, crescendo 3,1% frente ao ciclo passado, em uma área semeada de 67 milhões de hectares (+1,6%). Na soja, a expectativa é de uma produção recorde de 133,7 milhões de toneladas (+7,1%) em uma área cultivada de 38,19 milhões de hectares (+3,4%). Já para o milho, a produção total deve atingir 102,3 milhões de toneladas (-0,2%), sendo que na primeira safra são esperadas 4,2 milhões de toneladas (-6,9%) em 4,17 milhões de hectares (-1,5%). No algodão, a área plantada deve reduzir 8,8%, chegando a 1,52 milhão de hectares, e com produção de 2,65 milhões de toneladas (-11,7%).

No acumulado de 2020, as exportações do agronegócio brasileiro totalizaram US$100,81 bilhões, a segunda maior já constatada pela série histórica, perdendo apenas para 2018, e equivale a um crescimento de 4,1% se comparado com 2019. O setor participou de 48% de tudo que o Brasil comercializou externamente. Já as importações consolidadas foram de US$13,05 bilhões (-5,2%), deixando a balança comercial do agronegócio com um superávit de US$87,76 bilhões, o qual compensou o déficit dos demais setores na ordem de US$36,87 bilhões.

Para 2021, de acordo com a Associação Brasileira das Indústrias de Óleos Vegetais (ABIOVE), os embarques de soja estão estimados em 83,5 milhões de toneladas, valor muito próximo ao recorde atingido em 2018, de 83,6 milhões de toneladas, e 1,2 milhão superior ao constatado no ano passado. Já o valor médio deverá alcançar US$410 por tonelada, prometendo uma receita de US$34,2 bilhões, 18,3% maior que em 2020.

Dados consolidados do Ministério da Economia revelam que na década de 2010, o agronegócio brasileiro foi responsável pela exportação de aproximadamente US$1 trilhão, proporcionando um superávit de US$ 800 bilhões à balança comercial nacional. Já o Valor Bruto de Produção (VBP) atingiu R$7,4 trilhões, 95% a mais, em valores reais, que o constatado na década anterior. O VBP de 2020 atingiu R$871,3 bilhões, valor recorde da série histórica desde 1989, e 17% superior ao de 2019, de acordo com informações do MAPA. A agricultura totalizou R$580,5 bilhões em valor (+22%), enquanto que a pecuária somou R$290,8 bilhões (+7,9%). O ministério projeta que o VBP de 2021 deverá atingir R$959 bilhões, crescendo 10,1% ante 2020.

Na pecuária brasileira, com o fechamento dos dados de 2020 em termos de volume, o Brasil exportou 2,016 milhões de toneladas de carne bovina, um aumento de 7,5% na comparação com 2019. Os principais destinos da carne bovina brasileira foram, de longe, China e Hong Kong, que compraram 56,8% de tudo o que foi comercializado pelo Brasil. 1,183 milhão de toneladas e uma receita de US$5,1 bilhões apenas com estes dois países (60,7% do total). Na sequência, estão países como Egito (6,3%), Chile (4,5%) e Estados Unidos (3%).

Já as exportações de carne suína totalizaram 1,021 milhão de toneladas no ano de 2020, crescendo 36,1% frente ao ano anterior. Para a carne de frango, o ano de 2020 encerrou com 4,23 milhões de toneladas exportadas, um aumento tímido de 0,4% em comparação a 2019. Dentre as carnes, a de frango foi aquela que melhor se ajustou ao bolso da maioria das famílias brasileiras em 2020. Enquanto as carnes bovina e suína tiveram aumentos de, respectivamente, 35% e 32% em sua cotação no ano, a de frango avançou 9%, de acordo com os indicadores de preço do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (CEPEA). A produção de ovos atingiu recorde histórico em 2020, de acordo com a Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA), chegando à marca das 54 bilhões de unidades. O consumo doméstico, que representa 99,5% do total, avançou 8,5% e atingiu 250 ovos/habitante/ano, motivado pela busca de fontes de proteína mais baratas e saudáveis.

Com os olhos voltados para 2021, de acordo com um estudo divulgado pelo USDA, as exportações de carne bovina do Mercosul devem crescer 3%, chegando a 4,23 milhões de toneladas exportadas. Nos quatro países do bloco, o comportamento seria de crescimento no Uruguai (+8%), Brasil (+5%) e Paraguai (+4%), e de queda na Argentina (-7%). Segundo o órgão americano, as exportações na América do Norte devem ter crescimento de 5% (101 mil toneladas), e deve haver uma redução de 5% nos países da Oceania (-102 mil toneladas). O USDA também prevê que a China deve importar 2,8 milhões de toneladas de carne bovina em 2021, volume 3% maior que o registrado em 2020. Com isso, o país asiático se consolidará de vez como o maior mercado para o produto, em nível global, com um volume representando quase o dobro do que deve ser importado pelo segundo colocado, os Estados Unidos (1,41 milhões de toneladas).

No mercado internacional, o índice de preços de alimentos da Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO) atingiu valor recorde dos últimos seis anos em de-

zembro de 2020, com uma média de 107,5 pontos; crescendo 19,1% ante ao mesmo mês de 2019. O indicador avalia as variações mensais de uma cesta de cereais, oleaginosas, laticínios, carnes e açúcar. A China deu indícios de que irá aprovar novas variedades transgênicas de soja e milho, desenvolvidas por uma indústria doméstica (Beijing Debeinong Techonology Group). A medida visa garantir a segurança de suprimentos à nação e melhorar a eficiência da produção local. Nos Estados Unidos, o USDA aprovou uma segunda rodada de ajuda financeira aos produtores afetados pela pandemia da Covid-19 na ordem de US$14 bilhões, o que irá suportar 889 mil agricultores. Na primeira rodada, o total disponibilizado foi de US$16 bilhões.

No mercado de fertilizantes, são observadas tendências positivas para o ano de 2021, podendo este chegar aos 40 milhões de toneladas. Os dados de 2020 ainda não estão fechados, mas o setor estima vendas na ordem de 38,5 a 39 milhões de toneladas, contra 36,3 milhões em 2019. Já as vendas domésticas de máquinas agrícolas e rodoviárias somaram 47 mil unidades em 2020, valor 7,3% superior ao de 2019. Para 2021, a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA) estima que as vendas cresçam 7%, apesar de os recursos do Moderfrota já terem se esgotado.

Na área ambiental, o pagamento por serviços ambientais agora é lei no Brasil. O texto, aprovado pela Câmara e sancionado pelo Presidente, visa incentivar a conservação e o desenvolvimento sustentável através da remuneração pelo bem preservado. Esse pagamento poderá ser realizado em diferentes formatos, como via monetária, prestação de serviços, compensações ou por meio de títulos e comodatos. Os títulos verdes poderão render financiamento de R$700 bilhões à agricultura brasileira até 2030, segundo projetado pela Climate Bonds Initiative, ONG britânica que certifica as organizações para emitirem esses papéis. Hoje, as captações no mercado brasileiro somam menos de R$10 bilhões, enquanto que no mundo totalizam US$328 bilhões. Setores como grãos, café e energia deverão ser fortemente beneficiados, diante da sustentabilidade incorporada à sua produção. Nesse mesmo aspecto, o Ministério do Meio Ambiente anunciou o plano para controle do desmatamento ilegal e recuperação de vegetação nativa, com as metas do programa Floresta +. O documento prevê a preservação e recuperação de 250 mil hectares, 64% da área inicialmente proposta pelo ministério, para os próximos três anos.

Continuam os bons exemplos de empresas do agronegócio em prol da produção sustentável. Marfrig, BRF, JBS e Minerva foram recentemente incorporadas à carteira Índice de Carbono Eficiente (ICO2) da B3. As quatro maiores processadoras de carne irão integrar o índice por quatro meses, evidenciando seu comprometimento com a transparência de suas emissões e se preparando para uma economia de baixo carbono. A BRF firmou convênio com o Banco do Brasil para disponibilizar R$200 milhões para financiamento da instalação de painéis solares nas granjas dos produtores integrados. O projeto piloto deve começar em granjas de Santa Catarina e no Paraná, e depois abranger 100% dos granjeiros parceiros.

OS CINCO FATOS DO AGRO PARA ACOMPANHAR DIARIAMENTE EM FEVEREIRO SÃO:

Com as chuvas praticamente consolidadas na primeira safra, agora é na segunda que reside a preocupação principal, com ênfase no milho e em suas produtividades e produções.

As importações na Ásia e outros países em carnes, grãos e outros produtos.

Movimentos favoráveis das reformas, com a eleição de candidatos apoiados pelo presidente, tanto no Senado quanto na Câmara, e a influência sobre o otimismo, crescimento e, principalmente, a taxa de câmbio.

A segunda onda da Covid-19, o processo de vacinação, os mecanismos de apoio e a garantia de renda, além da performance do mercado consumidor.

As expectativas de plantios, áreas e produtividades da mega safra norte-americana. Qualquer problema climático será grave aos preços.

Temos que agradecer. 2021 começou com uma coleção de bons números! AR

Marcos Fava Neves
Professor da Universidade de São Paulo (USP) e Fundação Getúlio Vargas (FGV), além de especialista em planejamento estratégico do Agronegócio.

markestrat Agribusiness

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

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

FEIRA INTERNACIONAL DE TECNOLOGIA AGRÍCOLA EM AÇÃO

AGRISHOW

BRASIL

27ª FEIRA INTERNACIONAL DE TECNOLOGIA AGRÍCOLA EM AÇÃO

JUNTOS

no desenvolvimento do agro

NOVA DATA!

21 A 25 JUNHO 2021

DAS 8H ÀS 18H RIBEIRÃO PRETO - SP - BRASIL

ACOMPANHE ARTIGOS E NOVIDADES DO SETOR NO CANAL DE CONTEÚDO DA AGRISHOW:

DIGITAL.AGRISHOW.COM.BR

AGRISHOW.COM.BR

Realizadores

abag ABIMAQ ANDA FAESP SRB SOCIEDADE RURAL BRASILEIRA

Promoção & Organização

informa markets

Cliente tradicional da distribuição

Ele vai voltar a frequentar as lojas ou o perfil de atuação mudou?

Após quase um ano do COVID-19 no Brasil, os agro distribuidores precisaram se adaptar às novas formas de fazer negócios. O isolamento social impossibilitou a realização de eventos e ações de campo com presença física de produtores. Em alguns casos, visitas de atendimento e relacionamento ao produtor tradicional foram limitadas, desafiando a forma tradicional de contato entre o vendedor e seus clientes. Apesar disso, nos últimos anos, já se era observado o aumento da importância de canais digitais para atender o produtor. Uma pesquisa realizada pela Agência McKinsey, em fevereiro de 2020, identificou que 71% dos produtores já utilizavam ferramentas como o whats app para se conectar, obter informações sobre o negócio e cotar produtos com revendas e cooperativas. Nesse contexto, os distribuidores revendas se questionam: o meu cliente irá voltar a frequentar as lojas ou o perfil de atuação mudou?

A resposta para essa pergunta pode variar de acordo com o perfil de cada um, mas, em geral, o cliente deve voltar a frequentar as lojas. No entanto, a forma como os clientes e as revendas vêm se relacionando já vem mudando há algum tempo. A pandemia apenas acelerou alguns processos, como a necessidade de desenvolver negócios por meio de canais - plataformas digitais, fugindo do tradicional contato da equipe de vendas com os clientes. Impulsionados pela pandemia, muitos clientes que antes não tinham contato com as experiências digitais passaram a ter. Embora os produtores continuassem suas atividades na produção rural, como clientes de outros segmentos, eles passaram a ter mais interação online. Neste sentido, passaram a utilizar plataformas online de bancos, supermercados, restaurantes, varejistas de roupas, etc.

Sendo assim, como já falamos por aqui anteriormente, fica evidente a necessidade da distribuição insumos em evoluir para um modelo que contemple a interação com cliente por diversos canais, implementando uma estratégia de multicanais, também denominada de ominichannel. Para isto será necessário implementar ferramentas e técnicas que contribuam para esta forma mais dinâmica de interação com o produtor. Para ter sucesso neste desafio, gostaríamos de reforçar três postos-chave.

SEGMENTAÇÃO E ENTENDIMENTO SOBRE OS CLIENTES

Olhar estrategicamente para a carteira e refletir sobre o perfil dos produtores é fundamental. Neste sentido, é fundamental ter um processo estruturado de capturas e análise de informações de clientes. Com uma clareza sobre quem são os produtores atendidos, suas preferências e necessidades. É onde as empresas podem desenvolver e direcionar ações para otimizar resultados.

Produtores que estão se adaptando aos canais digitais devem receber comunicações e atendimento customizado por esses meios. Para isso, novas competências devem ser adquiridas e a linguagem deve ser adaptada ao novo canal. Produtores que demandam relacionamento próximo devem ser atendidos como antes e devem receber comunicações personalizadas. Além disso, o distribuidor também pode observar o perfil de vendedor que possui um melhor 'fit' com determinado perfil de clientes de forma a servir melhor a carteira.

GERAÇÃO DE DEMANDA

Com a impossibilidade de realizar eventos presenciais e algumas campanhas, cooperativas e revendas precisaram se reinventar e desenvolver ações em canais digitais. Neste sentido, é preciso estar pronto para inovar, formando pessoas capazes de fazê-lo ou trabalhando com os fornecedores certos. Apesar da dificuldade em comunicar em outros canais, uma vez que demanda competências distintas do físico, algumas empresas conseguiram desenvolver bons casos de sucesso de campanhas digitais. Revendas e cooperativas usando ferramentas como o Instagram, para mostrar resultados de lado-a-lado, compartilhar depoimento de clientes e desenvolver ações específicas com as áreas de marketing de fornecedores conseguiram gerar conteúdos que, além de manter comunicação com os produtores, trouxe engajamento da rede de clientes. Esse aprendizado deve ser mantido e novos investimentos devem ser realizados, uma vez que a os canais digitais tendem a ser a fonte de informação primária para busca de informações dos clientes.

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DO NEGÓCIO

Com o isolamento social, as empresas também precisaram aprender a digitalizar alguns processos e a rever alguns fluxos do negócio. O processo de automatização é uma importante ferramenta para otimização de custos e aumento de produtividade. Apesar da necessidade latente dessa mudança, essa adaptação também traz economia de custos, diminuição do tempo das transações e agilidade na tomada de decisão. Esse é outro aprendizado que deve ser ainda mais investido. Ainda podem ser observadas lacunas no negócio da distribuição, que criam ineficiências e gargalos no negócio. Áreas como logística e crédito, por exemplo, quando aderem ferramentas tecnológicas eficientes, conseguem automatizar processos, ganhar velocidade em processos e obter economia em custos.

Considerando os acontecimentos de 2020, podemos verificar que a mudança do comportamento do produtor tradicional foi acelerada. Nesse cenário, novas competências, ferramentas e formas de trabalhar precisam ser incorporadas. Os distribuidores de insumos devem estar preparados para atender e se comunicar com o cliente de diversas formas, caminhando, inclusive, para estruturas mais 'omnichannel'. O cliente atual quer liberdade para escolher o melhor ponto de contato para interagir, porém, nem sempre encontra empresas preparadas para isso. Gestores das revendas e cooperativas e profissionais do setor devem ficar atentos, pois essas transformações devem continuar nos próximos anos e será fundamental participar delas para crescimento no negócio. AR

Rodrigo Lourenço Farinha
Associado Markestrat.
rlourenco@markestrat.com.br

Lucas Sciencia do Prado
Sócio da Markestrat e Professor da FGV-EAESP.
lprado@markestrat.com.br

Camila Guimarães
Associada da Markestrat, especialista em Marketing, Acesso ao Mercado e Estratégia Comercial.
cguimaraes@markestrat.com.br

markestrat Agribusiness

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

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

Como alavancar crescimento em 2021

Desafio chega após um excelente 2020 para o Agro

Apesar da insegurança inicial oriunda da pandemia do Covid-19 para a economia brasileira, os resultados obtidos pelo Agronegócio no ano de 2020 superaram todas as expectativas existentes, muito especialmente por conta da dinâmica agroalimentar que exige a continuidade das atividades agrícolas independentemente de qualquer intempérie externa. Nesse cenário, apesar da crise sanitária mundial, o ano de 2020 apresentou bons resultados em termos de produtividade, somados aos preços recordes das principais commodities agrícolas no mercado internacional, provocados tanto pelos preços base das commodities nas principais bolsas, quanto pelo câmbio, que proporcionaram excelentes condições para o agricultor comercializar sua produção.

A consequência desses resultados positivos foi maior apetite dos produtores por investimento em tecnologia, havendo benefícios aos distribuidores de insumos agropecuários de maneira geral, ou seja, permitiu crescimento do mercado e aumento do volume de vendas de insumos para boa parte dos distribuidores de insumos.

A grande questão que se coloca está relacionada à manutenção dos resultados positivos obtidos em 2020 no ano de 2021. Considerando que bons resultados no agronegócio, algumas vezes, são consequência de fatores externos e incontroláveis (como o clima e os preços ditados pelo mercado) e por fatores internos (gestão estratégica dos negócios), cabe ao agro distribuidor desenvolver processos e ações que maximizem as oportunidades e o prepare para eventuais desafios oriundos de questões externas. Primeiramente, estamos considerando expectativas de que os fatores externos serão positivos ainda em 2021, com boas safras e manutenção dos patamares de preços elevados. Separamos algumas sugestões de temas a serem considerados pelos agrodistribuidores durante o ano de 2021, como forma de manter os bons resultados obtidos em 2020.

Busca de alternativas de captação de recursos para melhores estratégias de supply - A manutenção do investimento do produtor em alta tecnologia tende a manter os volumes de compras de insumos, sendo a busca pela rentabilidade um driver relevante para os fornecedores. Boas compras de insumos resultam em melhores margens para os distribuidores, havendo necessidade de se conhecer e executar estratégias de captação de recursos que permitam ao distribuidor obter melhor rentabilidade na venda ao produtor. A queda na Taxa Selic tornou atrativa a aproximação do mercado de capitais e também algumas linhas dos bancos comerciais, ou seja, estratégia de captação para modificação do modelo de compra de parte dos insumos é uma estratégia central para os distribuidores, sendo preciso aproveitar o momento.

Modelos de atendimento - A transformação no perfil do produtor e nas ferramentas tecnológicas já era realidade na relação distribuidor – produtor, e acabou sendo acelerada ainda mais por conta das restrições impostas pela pandemia. Novas formas de interação, modelos de segmentação que direcionem benefícios de atendimento (visitas, participação em eventos, etc.) e tecnologias digitais são a base para que as limitações de presença física no negócio do produtor não prejudiquem os negócios. Os produtores tendem a manter altos investimentos em tecnologia, e estar "junto" deles pode ser diferencial para sua decisão de compra. Por fim, o ano de 2020 mostrou ao produtor que o investimento em tecnologia traz resultados positivos para o seu negócio e mais ainda quando os fatores externos também são favoráveis. Aumento de produtividade, redução de custo por hectare/litros de leite/arrobas e, em mercados menos 'commoditizados', melhorias de qualidade do produto são resultantes de investimento em insumos e manejo. Cabe ao agro distribuidor estar atento aos desenvolvimentos tecnológicos e, principalmente, compreender o negócio do produtor, de modo que consiga ofertar o pacote mais aderente.

Para fechar esta exposição, acreditamos que o distribuidor não deve deixar de prestar atenção no direcionador estratégico de eficiência operacional, quando o mercado cresce de maneira tão positiva como foi em 2020 - É natural que as empresas entrem em um modo de euforia e, na sequência, esqueçam um pouco dos drivers de eficiência e otimização de recursos. Para 2021, vale a pena resgatar estes drivers estratégicos, lembrando que já faz alguns anos que a dificuldade em se manter a lucratividade do distribuidor vem aumentando, assim como a concorrência. Neste cenário, a eficiência operacional deve ser cada vez mais relevante, e as empresas que usam os anos bons para ganharem eficiência sairão na frente quando o mercado apertar no futuro.

O ano de 2021 tem tudo para apresentar as boas condições produtivas (climáticas e mercadológicas) que tanto interessam ao produtor. Cabe ao agro distribuidor não se acomodar nos resultados positivos obtidos em 2020 e ficar a mercê apenas de fatores incontroláveis, mas fazer a sua parte na gestão do seu negócio, maximizando as oportunidades. E você, agro distribuidor, está preparado para esse novo ano de oportunidades? AR

Franklin Meirelles
Associado Markestrat.
fmeirelles@markestrat.com.br

Rodrigo Alvim Afonso
Sócio da Markestrat.
ralvim@markestrat.com.br

markestrat Agribusiness

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

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

Todo mundo perde com a ilegalidade

Além de seus impactos econômicos, contrabando de defensivos químicos prejudica a saúde humana, o meio ambiente e a produção no campo

Por CropLife Brasil*

A relação é óbvia, mas necessária: ilegal não é legal. Em todos os sentidos. Contrabando, descaminho, falsificação, adulteração etc. Tudo isso prejudica não somente a atividade econômica de um país como também afeta o meio ambiente e a saúde da população. O rastro deixado pela ilegalidade em passivo social pago pela sociedade é tão ou mais relevante que seus danos econômicos.

O Brasil tem 16,8 mil quilômetros de fronteiras, áreas situadas em 11 estados e limítrofes com dez países, por onde passam mercadorias ilegais que representam cifras astronômicas.

De acordo com um estudo feito pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), o comércio de agroquímicos ilegais representa cerca de 24% do mercado de defensivos agrícolas no Brasil, que, legalmente, faturou quase US$ 14 bilhões em 2019.

Utilizando dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), os efeitos diretos e indiretos do contrabando de defensivos químicos sobre a economia doméstica são:

• Perda de 39,7 mil postos de trabalho, equivalente a 0,04% do emprego na economia;

• R$ 0,8 bilhão em ICMS (0,19% do total) que estados deixam de arrecadar;

• R$ 2 bilhões (0,16% do total) em tributos não pagos ao governo federal;

• Perda entre US$ 5,98 e US$ 40,2 bilhões nas exportações em decorrência de embargos do mercado externo.

Outro aspecto relativo ao uso de substâncias ilegais nas lavouras é o risco de as pragas desenvolverem resistência, condição que ocorre por inadequação no manejo do método de controle. No quesito logística reversa, no qual a agricultura brasileira é um exemplo mundial, os produtos ilegais também acarretam consequências negativas. Isso porque o seu descarte não é feito de forma correta, podendo contaminar solo e água.

> “As altas concentrações dos componentes químicos encontrados nos produtos contrabandeados, que reduz as aplicações nas lavouras, juntamente com o preço, são os principais fatores que tornam essas substâncias atrativas.”

SEM AVALIAÇÃO E COM ALTO RISCO

Em relação à saúde humana o impacto do contrabando, falsificação e afins deve ser sublinhado. De acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS), produtos de proteção à colheita, falsificados e não autorizados, são responsáveis pelo envenenamento de três milhões de pessoas e mais de 200 mil mortes por ano, especialmente entre os agricultores de países em desenvolvimento.

Os agrotóxicos ilegais não passam pela avaliação e aprovação dos órgãos responsáveis pelo registro e controle de defensivos. Assim, não possuem garantia quanto à sua composição, eficácia e segurança. Mais: não costumam apresentar rótulo e bula ou, se os apresentam, estão incompletos ou em idioma estrangeiro.

Os defensivos são fundamentais para garantir a competitividade do setor agrícola e comida mais barata na mesa de milhões de pessoas. Sem o emprego dessas substâncias, estima-se que a produção agrícola sofreria redução na ordem de 50%.

As altas concentrações dos componentes químicos encontrados nos produtos contrabandeados, que reduz as aplicações nas lavouras, juntamente com o preço, são os principais fatores que tornam essas substâncias atrativas. Quem as compra opta por um caminho imediatista e inconsequente. Algo que, definitivamente, não é legal. Para ninguém. AR

***CropLife Brasil (CLB)** é uma associação que reúne especialistas, instituições e empresas que atuam na pesquisa e desenvolvimento de tecnologias em quatro áreas essenciais para a produção agrícola sustentável: germoplasma (mudas e sementes), biotecnologia, defensivos químicos e produtos biológicos.

AMINO® Arginine otimiza a produção

O uso de fertilizantes com aminoácidos pode ampliar e otimizar o período de cultivo, com melhores condições para precificação do produto. Os aminoácidos são aliados na recuperação das plantas após a poda, manejo que causa grandes danos. Quanto mais rápido elas se recuperarem e estiverem aptas a produzir, mais rápido darão frutos. É um dos maiores benefícios do AMINO® Arginine, da Divisão Agronegócios da Ajinomoto do Brasil, fertilizante com arginina em sua composição, que ajuda a multiplicar as células das plantas e a recuperar as partes vegetativas, como folhas e ramos, com maior agilidade. "Ele pode ser utilizado em todas as regiões e culturas, para os produtores ofertarem os alimentos em variadas épocas do ano. Favorece a condução das áreas mesmo em situações de estresse", enfatiza o gerente de marketing da Ajinomoto® Fertilizantes, Thiago Miqueleto. AR

DRENCH UP, novo suplemento da Auster para vacas

A Auster Nutrição Animal, empresa 100% brasileira dedicada à nutrição animal e com mais de 10 anos de experiência no mercado, amplia o seu portfólio com o lançamento de DRENCH UP, suplemento mineral, vitamínico e energético enriquecido com leveduras e tamponantes, para estimular o funcionamento ruminal, reestabelecer o equilíbrio eletrolítico, reposicionar os órgãos após a saída da cria e proporcionar uma eficaz fonte de energia às vacas. "Estamos fornecendo os suplementos minerais, energéticos e vitaminas aos animais para um período pós-parto seguro", afirma Mario Viderman, gerente de produtos de bovinos da Auster Nutrição Animal. AR

UE e China aprovam VT Pro 4 Bayer

O Ministério da Agricultura e Assuntos Rurais da China (MARA) e a Comissão Europeia (EC) concederam certificado de segurança para importação de grãos de milho híbrido com tecnologia VT PRO 4®, para uso e processamento em alimentos e ração. Com isso, a Bayer segue com o plano de lançamento comercial da tecnologia na safra 2021. VT PRO 4® é a nova biotecnologia para milho híbrido que a empresa traz ao mercado brasileiro, que proporciona ampla proteção contra as principais pragas que podem atingir partes aérea e radicular das plantas. Entre as pragas de parte aérea, estão incluídas a lagarta-do-cartucho (Spodoptera frugiperda), broca-do-colmo (Diatraea saccharalis), lagarta-da-espiga (Helicoverpa zea) e lagarta-elasmo (Elasmopalpus lignosellus). Adicionalmente, a tecnologia VT PRO 4® estende a proteção contra a larva-alfinete (Diabrotica speciosa), praga que afeta a raiz da cultura de milho híbrido. AR

Facility, da DVA Agro, para a boa performance dos fungicidas

A DVA Agro acaba de lançar no Brasil o Facility, um adjuvante único e específico para aplicação de fungicidas protetores, como o Mancozeb, Clorotalonil e derivados de cobre. A empresa traz ao País um conceito semelhante ao usado nos Estados Unidos, onde eles desenvolvem um adjuvante para cada tipo de aplicação. "Aqui, culturalmente, os produtores estão mais acostumados a utilizar produtos com menor preço e para qualquer tipo de aplicação. Mas as tecnologias e o alto investimento em P&D têm contribuído para mostrarmos aos produtores novas ferramentas mais assertivas", destaca Bruno Francischelli, coordenador de marketing. O Facility é recomendado para multiculturas, bastante eficaz para aquelas com muitas folhagens, como a soja, por exemplo. AR

Linha Equistro ganha novo suplemento

Para auxiliar os criadores de equinos a oferecer a melhor suplementação para os seus animais, a Vetoquinol conta com um produto líder da linha Equistro®. Trata-se de Equistro Haemolytan 400 Ipaligo, suplemento de referência mundial, composto por ferro e complexo vitamínico, estimulante em casos de queda de performance, que auxilia no fornecimento de importantes nutrientes durante períodos de alta exigência nutricional. "A elevada biodisponibilidade e as atividades metabólicas dos seus componentes são particularmente importantes durante as fases de crescimento, reprodução e gestação, bem como em períodos de estresse e alta exigência" destaca Antonio Coutinho, gerente de produtos para equinos da Vetoquinol Saúde Animal. Haemolytan 400 é doping free e conta com a tecnologia exclusiva Ipaligo®, com formulação única de aminoácidos associados, desenvolvidos pela Vetoquinol. AR

Zoetis e o Excenel® RTU EZ

A Zoetis traz ao mercado o Excenel® RTU EZ, antimicrobiano de amplo espectro usado para o tratamento de inúmeras doenças que comprometem a saúde dos animais e a produtividade do rebanho. Com formulação pronta para uso, facilidade de aplicação e atendendo aos mais elevados padrões de controle de resíduos, Excenel® RTU EZ é recomendado para pneumonia, problemas de cascos, diarreia e metrite em bovinos. "Com Excenel® RTU EZ, não há necessidade de descarte do leite, o que representa uma economia muito grande em relação a outros antimicrobianos. Já para a carne, o período de carência é de apenas três dias. Uma ótima opção, também, para animais de corte em fase final de terminação, já próximos do abate", explica o médico-veterinário Ocilon Sá Filho, Gerente Técnico da Zoetis. AR

Rotam lança Kypros para a saúde das plantas

Desembarca no Brasil uma ferramenta inédita no fornecimento de cobre às plantas, dotado de nanotecnologia cujas propriedades físico-químicas lhe conferem características únicas. "Além da nutrição, há uma ação preventiva contra as principais doenças das culturas. A tecnologia propicia a ampliação da área de atuação do produto, na superfície (como os protetores) e dentro do tecido celular das plantas", explica Tamara Ribeiro Silva, coordenadora de Pesquisa & Desenvolvimento da Rotam, empresa global de agroquímicos com foco em proteção de cultivos e atuação direta em mais de 75 países. O produto é 100% solúvel em água, não cria depósitos e não obstrui peneiras e bicos. É possível aplicá-lo em todos os estágios da cultura sem provocar fitotoxicidade, mesmo nas fases mais sensíveis. E ainda usa quantidades significativamente menores de cobre, em comparação aos óxidos e hidróxidos do mercado. "Os resultados são a não concentração tóxica e a possibilidade de aplicação em todos os estágios fenológicos das plantas", explica Tamara. AR

Get-Vacina contra Influenza Equina e Tétano

A Syntec do Brasil, indústria de produtos para saúde animal 100% nacional, anuncia sua entrada no desafiador e importante segmento de vacinas. "É um orgulho fazer parte do restrito grupo de indústrias veterinárias que atuam na prevenção de doenças animais", destaca Sérgio Takano, diretor executivo da empresa. Get-Vacina, contra influenza equina e tétano, representa o primeiro lançamento da Syntec no segmento de biológicos. A novidade tem tecnologia nacional e foi desenvolvida para proporcionar segurança, eficácia e bem-estar animal. A primeira vacina da Syntec é composta por vírus inativado de influenza e toxoide tetânico e é aprovada para uso em equinos de todas as idades: potros após a desmama, animais adultos e éguas prenhas. "Ela proporciona a capacidade de desencadear resposta imune a partir da formação de anticorpos e de interagir com anticorpos. Confirmadas em estudo na espécie-alvo, importante diferencial do produto", destaca Fernando Santos, gerente nacional de vendas da Unidade de Negócios Bovinos e Equinos da Syntec. Influenza e tétano estão entre as mais importantes enfermidades responsáveis por prejuízos no mercado equestre. AR

GET-Vacina, a nova vacina da Syntec contra influenza equina e tétano.

Fechamento financeiro do distribuidor: gestão de recebíveis com soluções Siagri

Após a colheita de grãos, é chegada a hora do fechamento financeiro dos distribuidores de insumos agrícolas, com a consolidação de recebimentos e pagamentos. Neste período, acessar com facilidade informações das condições negociadas com clientes e fornecedores é essencial para garantir a segurança das transações realizadas durante a safra, impactando diretamente no desempenho financeiro do negócio.

Há 23 anos no mercado de distribuição, o Grupo Siagri oferece softwares de gestão exclusivos para o segmento, apoiando o setor no controle gerencial, eficiência operacional e tomadas de decisões. As soluções possuem recursos que incluem o registro de todo o histórico de negociações com produtores, garantias, limite de crédito, carteiras de pedidos de vendas, movimentações financeiras e gestão de recebíveis.

Fluxo de caixa em dia: o case Disam

A Disam, distribuidora de insumos paranaense, gerencia suas operações com soluções Siagri e destaca a gestão de fluxo de caixa como um dos principais controles do ERP.

"Visualizamos as transações financeiras, custos, lucratividade e rentabilidade. Com o fluxo de caixa em dia, a Disam evita despesas desnecessárias com juros", avalia Rodiney Francisco, contador da companhia.

Além do software, a Disam utiliza o Siagri BI para o monitoramento de indicadores. Também investe na capacitação contínua da equipe e na consultoria especializada do Grupo Siagri.

Rodiney Francisco, contador da paranense Disam, que gerencia suas operações com soluções Siagri

Soluções Siagri adotadas pela Disam

ERP Especializado
Gestão de operações de distribuição de insumos e armazenagem de grãos.

Consultoria Agroscore
Melhoria de processos, controles e usabilidade do ERP.

Plantar Educação
Treinamentos EaD para qualificação e atualização de conhecimento.

Imagem meramente ilustrativa

Distribuidor de insumos, evolua em gestão financeira com Siagri.

Associados Andav tem 5% de desconto nas soluções*

Aponte a câmera do seu celular

* Sobre o valor de tabela.

@gruposiagri

GRUPO SIAGRI.

siagri.com.br

Agro Brasil - Dez anos em dois!

Um reconhecimento ao trabalho do presidente Jair Bolsonaro

Odilio Balbinotti Filho
Presidente do Grupo ATTO

Quero, aqui, reconhecer e parabenizar o presidente Bolsonaro e seus ministros pelo trabalho excepcional nos seus primeiros dois anos de governo. Também a Frente Parlamentar da Agricultura (FPA), deputados e senadores em geral, que apoiaram essas pautas. Os avanços são extraordinários. Sempre defendi que atividades produtivas, como agricultura, indústria e serviços, não precisam de subsídios. O que os empresários precisam é de segurança jurídica, desburocratização e infraestrutura. E isso é exatamente o que esse governo tem feito:

Água para o agricultor nordestino produzir seu próprio alimento e excedentes através do avanço nas obras da transposição do São Francisco e adutoras,

trazendo dignidade para o produtor e a toda a população da região.

Destravamento da logística através de obras e concessões de rodovias, ferrovias e portos que reduzem o custo de transporte para a produção agrícola.

Regularização da Lei Kandir com repasse de R$ 58 bilhões para estados, evitando um desfecho parecido com o do Fundo de Assistência ao Trabalhador Rural (Funrural) no governo passado.

Abertura de 100 novos mercados para produtos agrícolas desde janeiro de 2019, permitindo o aumento das exportações agrícolas.

Rápida edição do Decreto n.º 10.282, que considerou como 'atividades essenciais acessórias, de suporte e a disponibilização dos insumos necessários à cadeia produtiva', evitando que o AGRO parasse em meio à pandemia.

Menor taxa SELIC da história, o que permite um custo de captação de recursos mais acessível por todos os brasileiros, inclusive o produtor.

Paz no campo para se produzir com a redução drástica no número de invasões de propriedades rurais pelo Movimento Sem Terra (MST).

Permissão da posse e do porte de armas em toda a extensão da propriedade rural, através da Lei 13.870, aprovada e sancionada pelo presidente.

Recorde de aprovação de agroquímicos em 2020, sendo 51 genéricos e cinco novas moléculas de defensivos, promovendo economia para o produtor e segurança para o meio ambiente, o trabalhador e o consumidor devido à utilização de fórmulas mais modernas.

Incremento de 6,1% na oferta de recursos no último Plano Safra.

Melhoria nas relações de trabalho no campo através da modernização da NR 31.

Possibilidade de remuneração dos serviços ambientais através da Lei que institui a Política Nacional de Serviços Ambientais.

Ampliação da conectividade no campo, beneficiando não só produtores, mas também cidades do interior, que contarão com internet nas escolas e demais serviços públicos, através da sanção do projeto de lei que redireciona o Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicação (FUST) para essa finalidade.

Tudo isso mantendo o compromisso de campanha de não aumentar impostos e, ao mesmo tempo, combatendo firmemente a corrupção na máquina pública. Ainda restam diversos projetos e medidas provisórias que precisam avançar, como, por exemplo, o licenciamento ambiental e a medida provisória da regularização fundiária que caducou na Câmara, mas que vai ser reeditada pelo Governo, a partir da mudança na presidência da Câmara e do Senado.

A política implementada por esse governo em relação à agricultura permitiu o crescimento da produção em 4,8%, faturamento nas exportações de US$ 101 bilhões, abundância de alimentos nas gôndolas, geração de 61.637 novos empregos no campo e mais dinheiro injetado na economia, colaborando para a retomada em V. Importante dizer que 70% do aumento de produção alcançado foram conseguidos em áreas já produtivas, ou seja, sem a necessidade de abertura de novas áreas, preservando o meio ambiente. AR

"A política implementada por esse governo em relação à agricultura permitiu o crescimento da produção em 4,8%, faturamento nas exportações de US$ 101 bilhões."

Odilio Balbinotti Filho, presidente do Grupo ATTO.

Sistema Campo Limpo recupera 600 mil toneladas de embalagens

Programa de logística reversa de embalagens de defensivos agrícolas funciona desde 2002 e é referência mundial

49.881 toneladas de embalagens destinadas somente em 2020.

O Sistema Campo Limpo, programa de logística reversa de embalagens vazias e sobras pós-consumo de defensivos agrícolas, superou os desafios inéditos impostos pela pandemia em 2020. E conseguiu seguir sua bem-sucedida trajetória, superando mais um importante marco: ultrapassou as 600 mil toneladas de embalagens encaminhadas para reciclagem ou incineração, desde 2002, quando o programa começou a operar. Apenas no ano passado, destinou corretamente 49.881 toneladas de embalagens, segundo dados do Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias (inpEV), entidade gestora do Sistema. "Os resultados consolidam a posição do Sistema como referência mundial e os números mostram como estamos preparados para atender à demanda do setor agrícola. Mesmo com o alto consumo de defensivos agrícolas do País, necessário pela elevada produção do campo, a eficiência do programa mantém o Brasil na liderança mundial na destinação ambientalmente correta desses materiais", afirma João Cesar Rando, diretor-presidente do inpEV. Ele ainda destaca a importância da legislação, que estabelece o conceito de responsabilidade compartilhada, e do engajamento de todos os elos da cadeia produtiva agrícola (indústria fabricante, canais de distribuição, agricultor e poder público), que cumprem corretamente seu papel.

A dedicação de todos os envolvidos foi fundamental para incorporar na rotina de trabalho as medidas preventivas contra a Covid-19. "Com competência e agilidade, o Sistema somou a eficiência da gestão dos processos ao empenho de todos os elos da cadeia agrícola para atender às necessidades de destinação do campo, acompanhando o desempenho agrícola positivo, que amenizou a intensidade da crise econômica brasileira", enfatiza Rando. De todas as embalagens comercializadas no País, 94% são encaminhadas para destino ambientalmente correto (reciclagem ou incineração). De cada 100 embalagens encaminhadas ao Sistema, 94 são recicladas, tanto transformadas em resinas para artefatos diversos, como tubos e conduítes, quanto usadas como matéria-prima para fabricação de novas embalagens de defensivos agrícolas (Ecoplásticas®) e tampas (Ecocaps®), que voltam para a indústria, concretizando o conceito de economia circular.

INPEV

Desde 2002, o inpEV é a entidade gestora do Sistema Campo Limpo e promove ações de conscientização e educação ambiental sobre o tema, conforme previsto na legislação. É uma instituição sem fins lucrativos, formada por mais de 100 empresas e nove entidades representativas da indústria do setor, distribuidores e agricultores.

SISTEMA CAMPO LIMPO

Reúne agricultores, fabricantes e canais de distribuição
Tem apoio do poder público
Brasil é referência mundial na destinação ambientalmente correta do material, encaminhando 94% das embalagens plásticas primárias para reciclagem ou incineração.

Defensivos agrícolas enfrentam alta nos preços

Tudo é problema: câmbio, matéria-prima, embalagens, contêineres e navios

A cadeia de produção de alimentos começou o ano com graves preocupações. O contexto econômico mundial, bastante impactado pela Covid-19, segue uma tendência de alta nos preços de matérias-primas e embalagens, além de aumento no custo logístico. Tanto nacional quanto internacional. Esses obstáculos têm potencial para prejudicar a população do Brasil. A escassez de ativos básicos para a indústria de defensivos é apenas um dos problemas enfrentados. "A valorização da moeda chinesa em relação ao dólar, impulsionada pela perspectiva de crescimento desse país, que deve atingir seu maior pico em dois anos, e o aumento generalizado do custo das matérias-primas e embalagens, como papelão e resinas, têm pressionado a indústria nacional a reajustar seus preços para a próxima safra", alerta o presidente do Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Defesa Vegetal (Sindiveg), Julio Borges.

Esse cenário é agravado pela depreciação do real em relação à moeda norte-americana, já registrado ao longo do ano passado. A perda cambial para o setor de insumos agrícolas, representado pelo Sindiveg, foi de 18,5% entre janeiro e dezembro de 2020. "Devido à consistente variação no preço do dólar, as empresas do setor não conseguiram fazer o repasse integral do aumento dos custos no ano passado, algo que vai acontecer em 2021", diz Borges.

Em relação à logística, o frete marítimo dobrou nos últimos três meses e continua com tendência de alta em curto prazo, principalmente em razão da insuficiência de contêineres e navios no mercado global, problema que pode atingir seu ápice ainda neste primeiro semestre, segundo relatório da chinesa Bai Chuan Info (BAIINFO). Esse cenário logístico foi agravado pelo baixo crescimento da frota global de contêineres. Em 2020, o número subiu 2,9%, o menor patamar desde 2016, abaixo do necessário para atender à demanda exigida pelo mercado internacional. "O setor de produtos para sanidade vegetal enfrentou um 2020 muito difícil com pandemia, variação cambial e falta de matérias-primas. Além disso, este início de ano foi também impactado pelo aumento de impostos nas operações interestaduais a partir do estado de São Paulo. Nesse cenário, os defensivos agrícolas já sofreram e sofrerão novos reajustes para absorver os aumentos de custos, bem como o impacto de uma alta do dólar acima do projetado. Esperamos que a situação se normalize o mais rápido possível", finaliza o presidente do Sindiveg. AR

SINDIVEG: defensivos agrícolas pedem reajuste nos preços para equilibrar perdas.

SINDIVEG

Representa a indústria de produtos para defesa vegetal no Brasil há 79 anos
Reúne 26 associadas
Representa 40% do setor

MERCADO

Perda cambial do setor foi de 18,5% em 2020
Frota global de contêineres em 2020: crescimento de 2,9% | Menor patamar desde 2016
Alta nos preços de matérias-primas, embalagens e custo logístico

2020: ano de proteger as lavouras contra as pragas

Produtores investiram na proteção das plantações

Julio Borges: "O ataque de pragas no Brasil é mais severo do que em qualquer outro País."

A maior safra de grãos da história vai ser colhida neste ano. Mais de 269 milhões de toneladas, salto de 4,3% sobre a safra anterior. Mesmo com a Covid-19. O crescimento da agricultura brasileira é resultado de uma série de fatores, incluindo os investimentos dos produtores rurais na prevenção, no controle e tratamento de problemas fitossanitários, com insetos, fungos e plantas daninhas, que podem derrubar em até 100 milhões de toneladas a safra brasileira, além de comprometer a oferta regular de alimentos na mesa da população. Para o presidente do Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Defesa Vegetal (Sindiveg), Julio Borges, a alta eficiência dos insumos aplicados nas lavouras contribuiu decisivamente para que não houvesse uma explosão de preços dos alimentos. "A crise econômica agravada pela quarentena prejudicou todos os setores, mas o empenho do agronegócio e as medidas implantadas para evitar quebras na produção contribuíram para a segurança alimentar dos brasileiros. Sem os insumos, a inflação dos alimentos teria sido muito superior ao registrado", defendeu.

No ano passado, os agricultores investiram ainda mais no controle de pragas, doenças e plantas daninhas. A área tratada com defensivos cresceu 6,9% no País, chegando a 1,6 bilhão de hectares, 107 milhões a mais que em 2019, de acordo com levantamento exclusivo encomendado

pelo Sindiveg à Spark Consultoria Estratégica. "O cálculo de área tratada considera o número de produtos e de aplicações de insumos, assim como a área cultivada, e ajuda a compreender o cenário de utilização dos defensivos agrícolas. A concentração da área tratada em 2020 esteve no quarto e no primeiro trimestre do ano, com 46% e 32% do total, respectivamente. Esse período coincide com o verão, época ideal para as principais culturas plantadas no território brasileiro", analisou Julio.

Em valor de mercado, o setor de defensivos agrícolas, contudo, foi 10,4% menor em dólar de produto aplicado, abaixo do que estimava a entidade (11,8%). Foram US$ 12,1 bilhões em faturamento em 2020, sobre US$ 13,5 bilhões de 2019. O valor em dólar, em 2020, é o mais baixo em cinco anos. Em real, porém, o valor do mercado – medido em produtos aplicados – aumentou 10%, subindo de R$ 53,8 bilhões para R$ 59,1 bilhões. "De janeiro a dezembro de 2020, a perda cambial foi de 18,5% para o setor", informou o presidente do Sindiveg. "A intensa desvalorização do real frente ao dólar foi um importante desafio para a indústria de defensivos agrícolas, que tem a maior parte dos seus custos na importação de insumos e matérias-primas. Devido à consistente variação cambial, não conseguimos fazer o repasse integral do aumento dos custos, algo que deve acontecer neste ano", acrescentou. Julio Borges ainda destacou outro grande desafio: o aumento de preços de matérias-primas da China de todos os insumos, bem como o custo da logística, que dobrou por escassez de contêineres e navios. Como todos os segmentos da economia, os químicos também sofrem com a dinâmica da crise logística mundial. Mais um ponto de repasse nos custos dos produtos para a próxima safra.

Segmentos, culturas e regiões - Assim como nos anos anteriores, o combate aos insetos envolveu maior área tratada em 2020. Foram mais de 413 milhões de hectares, cerca de 25% do total. Em seguida, aparecem os herbicidas, com cerca de 401 milhões de hectares (24%). Os produtores também destinaram fungicidas a 306 milhões de hectares (19%) e outros 149 milhões de hectares receberam aplicações de produtos para o tratamento de sementes (9%). "O ataque de pragas no Brasil é mais severo do que em qualquer outro país, devido às condições climáticas de um país tropical, com temperaturas mais altas e ambiente mais úmido, sem inverno rigoroso, característica da Europa, do Canadá e de boa parte dos Estados Unidos, que sofrem menos com a pressão desses detratores de produtividade. Afinal, em regiões de temperaturas mais baixas, há a neve, que impede a reprodução das pragas", explicou Julio Borges.

Os desafios fitossanitários são vários e mudam de acordo com as diferentes culturas, com destaque para ferrugem asiática, percevejos e daninhas resistentes na soja, lagartas no milho, braquiária e cigarrinhas na cana-de-açúcar, bicudo no algodão, bicho-mineiro e ferrugem do cafeeiro no café. Esses são apenas alguns exemplos. Qualquer que seja o cultivo, ele sofre com o ataque de diferentes pragas e doenças. Apenas no cultivo de grãos, a falta de insumos preventivos representaria 37% a menos na produção, ocasionando a explosão nos preços de outros setores, como de proteínas animais. Em 2020, 1.052.520 toneladas de defensivos foram aplicados no País – volume 6,8% superior em relação ao ano anterior. Contudo, a média de volume por área diminuiu 0,1%. Em 2019, o índice era de 0,6341 quilos por hectare, tendo diminuído para 0,6336 kg/ha no ano passado. Cerca de 27% do valor de mercado está concentrado nos estados de Mato Grosso e Rondônia, e 19% em Minas Gerais e São Paulo, importantes polos agrícolas nacionais.

> "Devido à consistente variação no preço do dólar, as empresas do setor não conseguiram fazer o repasse integral do aumento dos custos no ano passado, algo que vai acontecer em 2021."

Principal cultura brasileira, a soja concentrou 48% do valor investido por agricultores em defensivos agrícolas: US$ 5,8 bilhões. Em segundo lugar, aparece o milho, com 13% do total, equivalente a US$ 1,6 bilhão. Na sequência, vêm a cana (11% do valor de mercado), o algodão (10%), as hortaliças e frutas (4%), a pastagem e o café (ambos com 3%), além de feijão, citros, trigo e arroz (com 2% cada). As demais culturas têm 1% de participação no total. "A agricultura brasileira é movida pela busca incansável por maior produtividade e, consequentemente, maior produção. Mesmo sendo um dos maiores produtores agrícolas mundiais, o Brasil aplica menos defensivos por hectare do que países de clima temperado e que têm apenas uma safra por ano", concluiu o presidente do Sindiveg.

Setor enfrenta alta nos preços em 2021

Tudo é problema: câmbio, matéria-prima, embalagens, contêineres e navios

A cadeia de produção de alimentos começou o ano com graves preocupações. O contexto econômico mundial, bastante impactado pela Covid-19, segue uma tendência de alta nos preços de matérias-primas e embalagens, além de aumento no custo logístico. Tanto nacional quanto internacional. Esses obstáculos têm potencial para prejudicar a população do Brasil. A escassez de ativos básicos para a indústria de defensivos é apenas um dos problemas enfrentados. "A valorização da moeda chinesa em relação ao dólar, impulsionada pela perspectiva de crescimento desse país, que deve atingir seu maior pico em dois anos, e o aumento generalizado do custo das matérias-primas e embalagens, como papelão e resinas, têm pressionado a indústria nacional a reajustar seus preços para a próxima safra", alerta Julio Borges.

Esse cenário é agravado pela depreciação do real em relação à moeda norte-americana, já registrada ao longo do ano passado. A perda cambial para o setor de insumos agrícolas, representado pelo Sindiveg, foi de 18,5% entre janeiro e dezembro de 2020. "Devido à consistente variação no preço do dólar, as empresas do setor não conseguiram fazer o repasse integral do aumento dos custos no ano passado, algo que vai acontecer em 2021", diz Borges. Em relação à logística, o frete marítimo dobrou nos últimos três meses e continua com tendência de alta no curto prazo, principalmente em razão da insuficiência de contêineres e navios no mercado global. Problema que pode atingir seu ápice ainda neste primeiro semestre, segundo relatório da chinesa Bai Chuan Info (BAIINFO). Esse cenário logístico foi agravado pelo baixo crescimento da frota global de contêineres. Em 2020, o número subiu 2,9%, o menor patamar desde 2016, abaixo do necessário para atender à demanda exigida pelo mercado internacional. "O setor de produtos para sanidade vegetal enfrentou um 2020 muito difícil com pandemia, variação cambial e falta de matérias-primas. Além disso, este início de ano foi também impactado pelo aumento de impostos nas operações interestaduais a partir do estado de São Paulo. Nesse cenário, os defensivos agrícolas já sofreram e sofrerão novos reajustes para absorver os aumentos de custos, bem como o impacto de uma alta do dólar acima do projetado. Esperamos que a situação se normalize o mais rápido possível", finaliza o presidente do Sindiveg. AR

SINDIVEG

Representa a indústria de produtos para defesa vegetal no Brasil há 79 anos
Reúne 26 associadas | 40% do setor

MERCADO

Perda cambial do setor foi de 18,5% em 2020
Frota global de contêineres em 2020: crescimento de 2,9% Menor patamar desde 2016
Alta nos preços de matérias-primas, embalagens e custo logístico

USO DE DEFENSIVOS AGRÍCOLAS EM 2020

Soja: 48% do valor | US$ 5,8 bilhões
Milho: 13% do total | US$ 1,6 bilhão
Cana: 11% do total
Algodão: 10%
Hortaliças e frutas: 4%
Pastagem e café: 3%
Feijão, citros, trigo e arroz: 2%
Demais culturas: 1%

USO TOTAL

1.052.520 toneladas aplicadas no País | 6,8% acima do ano anterior
Média de volume por área diminuiu 0,1% | 2020 com 0,6336 kg/ha e 2019 com 0,6341 kg/ha
27% do valor de mercado concentrado em MT e RO
19% do valor de mercado concentrado em MG e SP

INIMIGOS DA SAFRA

Combate aos insetos: 413 milhões de hectares | 25% do total
Herbicidas: 401 milhões de hectares | 24%
Fungicidas: 306 milhões de hectares | 19%
Tratamento de sementes: 149 milhões de hectares | 9%

FECHANDO AS CONTAS

Valor de mercado 10,4% abaixo em dólar de produto aplicado em 2020
US$ 12,1 bilhões em faturamento | US$ 13,5 bilhões em 2019
Valor em dólar em 2020 é o mais baixo em cinco anos
Em real, o valor do mercado (produtos aplicados) aumentou 10% De R$ 53,8 bilhões para R$ 59,1 bilhões
Perda cambial de 18,5%

Mercado de biológicos vai movimentar US$ 8 bilhões em 2025

Companhias estão investindo forte na área e produtores começam a aderir

O Programa Nacional de Bioinsumos, do MAPA, foi criado para melhorar a oferta de insumos biológicos, oferecer suporte técnico e fomentar pesquisas sobre a implantação desse manejo sustentável nas lavouras.

A Kynetec, especialista em pesquisa de mercado em saúde animal e agricultura, projeta que, em 2025, o setor de insumos biológicos ultrapassará oito bilhões de dólares. De acordo com a consultoria, isso deve ocorrer porque a tendência é de uma demanda crescente no manejo integrado de pragas e doenças. A Kynetec aponta ainda pressões regulatórias sobre os produtos químicos sintéticos. Em função disso, percebe-se que as companhias estão investindo fortemente nesta área e os produtores, por sua vez, estão acreditando cada vez mais na importância destes produtos para uma agricultura mais eficiente e sustentável.

A safra 2019 | 2020 foi muito importante para o mercado de biodefensivos no Brasil. Globalmente, esse segmento cresce a taxas de 15%, segundo a consultoria internacional Dunham e Trimmer. No Brasil, o aumento chegou a 28% em faturamento no ano passado, segundo dados da Consultoria Spark. Em termos de área, destaca-se a participação de área de soja tratada com biodefensivos, que passou de 14% para 21%, com pelo menos uma aplicação de produtos de base biológica. Se esta média de crescimento continuar, estima-se que, na safra 2021/2022, mais da metade da área de soja já terá recebido pelo menos uma aplicação de biodefensivos.

Um sinal claro dessa tendência são as medidas desenvolvidas para fortalecer a área por parte do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Uma delas é o Programa Nacional de Bioinsumos, criado para melhorar a oferta de insumos biológicos, oferecer suporte técnico e fomentar pesquisas sobre a implantação desse manejo sustentável nas lavouras. Além disso, tem como intuito acelerar a criação de normas reguladoras para incentivar o surgimento de novas empresas no mercado. "O programa tem um Conselho Estratégico, integrado por representantes de organizações públicas e privadas, que tomou posse em outubro do ano passado. E, neste ano, vai definir prioridades, como a questão regulatória para trazer segurança à produção e ao uso de bioinsumos, o crédito para CT&I e para biofábricas, além de capacitações por EAD para atingir o maior público possível na orientação sobre a utilização e execução de Boas Práticas dos produtos", afirmou Alessandro Cruvinel, coordenador do Programa. "Acreditamos que essas medidas vão ampliar o uso de bioinsumos, especialmente na proteção de cultivos, saindo de apenas 2,6% dos produtos utilizados na agricultura para 20% até 2025, podendo chegar a R$ 2 bilhões em faturamento anual. Avaliamos também que o Brasil caminha para se tornar líder deste mercado, hoje liderado por países da Europa e da América do Norte. Tudo isso vai se traduzir em menor custo de produção e maior competitividade para os produtos brasileiros e, especialmente, fortalecer a adoção de práticas sustentáveis em nossa agricultura", concluiu.

Goplan chega ao mercado com modelo inovador de produtos e serviços agro

Empresa nasce com 21 franqueados, 45 mil clientes, presença em 70 lojas e municípios nas regiões Centro-Oeste, Sudeste, Norte, Nordeste e faturamento de R$ 1,4 bilhão/ano

Campinas, 19 de abril de 2021 – Com resultados expressivos em 2020 e perspectivas positivas para o ano – o Valor Bruto da Produção (VBP) agropecuária deve atingir receita recorde de R$ 1,173 trilhão em 2021, segundo estimativa da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), com base nos dados de março –, o agronegócio apresenta demanda para a criação de projetos que tragam ainda mais oportunidades.

Baseada em Campinas (SP), a Goplan Agronegócio inaugura no mercado um modelo inovador, atuando como franqueadora e tendo como parceiros comerciais seus franqueados. Chega com soluções que abrangem a gestão de serviços compartilhados e uma completa oferta de produtos essenciais ao agronegócio.

Formada por um grupo de empresários do agro, e tendo à frente do negócio o CEO Carlos Renato Brega, executivo com mais de 30 anos de mercado em grandes corporações do setor, a Goplan traz em seu portfólio soluções em nutrição, produtos químicos e biológicos, licenciamento e multiplicação das melhores genéticas em sementes. Além disso, oferece assessoria na construção de operações de barter, atendimento administrativo e financeiro.

"A Goplan surge com conceito completo de negócio e amplitude de produtos e serviços. Além de uma rede com 21 franqueados, 800 colaboradores e 45 mil clientes, nasce com uma capilaridade que abrange quase todas as regiões do Brasil e com mais de 25 anos de experiência. Estamos presentes com 70 lojas nas regiões Sudeste, Centro-Oeste, Norte e Nordeste", pontua Brega.

Crescimento do franqueado - A Goplan trabalhará para promover o crescimento do franqueado, oferecendo soluções que atendem à demanda de seus clientes. "O modelo de franquias possibilita que seus franqueados viabilizem o acesso pelos produtores rurais a uma completa plataforma de produtos e serviços, auxiliando a maximizar seus resultados. As vendas acontecem através dos franqueados, que atuam como distribuidores do agronegócio há mais de 25 anos", salienta o CEO.

Para ser um franqueado Goplan, deve-se ter experiência no mercado, contar com uma sólida governança corporativa e boas práticas de gestão, entre outros requisitos. Neste momento, no entanto, o foco da Goplan é atender com excelência os 21 franqueados que fazem parte de sua rede. A abertura de análise de novos franqueados está prevista para o segundo semestre de 2021, visando um crescimento ordenado. AR

EMPRESA EM NÚMEROS

- 21 franqueados.
- 800 colaboradores na rede de franquias, 50% deles na área comercial.
- 45 mil clientes.
- Área de cobertura – 60 milhões de hectares.
- 70 lojas e municípios nas regiões Centro-Oeste, Sudeste, Norte e Nordeste.
- Faturamento de R$ 1,4 bilhão/ano.

Carlos Renato Brega, CEO da Goplan.

UPL acelera OpenAg com a nomeação de Carlos Pellicer como COO

Líder Global em inovação e desenvolvimento de soluções para uma agricultura sustentável, a UPL acaba de anunciar a nomeação de Carlos Pellicer como Chief Operating Officer (COO), com efeito imediato. Pellicer foi um dos principais arquitetos da integração da Arysta pela UPL (após sua aquisição, há dois anos). A empresa está 'Reimaginando a Sustentabilidade', impulsionada por seu propósito OpenAg de criar crescimento sustentável para todos.

"O potencial do nosso negócio para criar um novo valor é incrível! A UPL está especialmente posicionada para oferecer um desempenho superior ao longo dos próximos anos. Nossa ambição é ser o novo número 1 no desenvolvimento de soluções e sistemas para obter uma agricultura sustentável em todos os sentidos. Temos um time fantástico ao redor do mundo e estou ansioso para ativar toda essa energia criativa, à medida que aceleramos o OpenAg para um novo patamar", disse Pellicer.

"Carlos é um empreendedor incrível, o melhor que já vi em minha carreira, que verdadeiramente está comprometido com a nossa missão de tornar nossa agricultura mais sustentável. Ele foi o mentor do OpenAg, seu compromisso com uma estratégia orientada por propósito trouxe uma nova energia e foco em todas as nossas operações. Com Carlos no comando, junto com nosso experiente time de liderança executiva somado a mais de 12.000 pessoas da UPL dedicadas em todo o mundo, estou confiante de que cresceremos melhor e mais rápido do que nossos pares", afirma Jai Shroff, CEO da companhia.

Pellicer, que traz mais de 30 anos de experiência na indústria agrícola, foi anteriormente COO de Estratégia, Inovação e Integração da UPL. Ele se juntou à UPL com a aquisição da DVA no Brasil, construindo um negócio de Proteção de Cultivos de sucesso a partir do zero e, em seguida, desempenhando um papel estratégico fundamental na criação de uma posição forte para a empresa globalmente.

A nomeação de Pellicer ocorre após a saída de Diego Casanello, que está deixando a UPL para buscar novas oportunidades fora do setor Agro, e que ficará na companhia até 31 de maio de 2021, para uma transição suave. "Casanello desempenhou papel de liderança na integração da Arysta com a UPL e a pós-aquisição apresentou um desempenho excepcional, melhor do que nossos pares. Ele forneceu uma direção estratégica clara para a equipe. Seu coração estará sempre com a UPL e sempre estaremos conectados com ele", ressaltou Jai Shroff.

"Deixo a UPL em tremenda forma para continuar sua marcha em direção à agricultura sustentável e espero ver os investimentos em nossa estratégia OpenAg produzirem resultados positivos nos próximos anos", reforçou Casanello.

SOBRE A UPL

A UPL é líder mundial em soluções para uma agricultura sustentável. É 'Reimaginando a Sustentabilidade' com OpenAg™, uma rede aberta para criar crescimento sustentável para todos, sem limites, sem fronteiras. O Índice Dow Jones de Sustentabilidade classifica a UPL como a empresa de melhor desempenho em sua área.

A companhia é líder em tecnologias de pós-colheita - com a marca Decco - e o maior player mundial no negócio de biossoluções. Estabeleceu Metas de Desenvolvimento Sustentável líderes da indústria, visando a grandes transformações nos objetivos de 2025 para: área ambiental, segurança alimentar, abastecimento de matérias-primas e bem-estar das comunidades. Estas, junto com as métricas superiores financeiras e os negócios inovadores da nurture.farm, colocam a UPL em um rumo claro para conduzir a transição da indústria para um futuro mais sustentável.

Registros de agroquímicos diminuíram em 2020

Onde está o equívoco desta afirmação?

Os dados são oficiais. Em 2020, foram registrados 399 defensivos químicos para proteção de cultivos, contra 433 insumos químicos registrados em 2019. Ao contrário do que tem sido noticiado por alguns veículos de comunicação, não houve recorde nem aumento no número de registros de defensivos agrícolas químicos em 2020. Na verdade, houve redução de 8%, como mostram os dados divulgados pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Mas a queda no número de registro de agroquímicos é bom para a agricultura brasileira? Não necessariamente. Apesar de ser a primeira redução na quantidade de químicos liberados no País desde 2015, ela não deve ser comemorada, tendo em vista a necessidade urgente de novas tecnologias para combater pragas e doenças com eficiência. E, assim, contribuir para evitar a redução da produção de alimentos.

A verdade dos fatos é que, em 2020, verificou-se expressivo aumento do número de registros de produtos biológicos. Foram 94 liberações ante 40 no ano anterior. Um crescimento de 135%. Com exceção de 2019, que teve queda em relação a 2018, todos os anos, desde 2015, registraram elevação dessa classe de produtos, que se enquadram nos parâmetros do Plano Nacional de Bioinsumos, lançado no ano passado exatamente para estimular a produção biológica. Os primeiros resultados comprovam que a iniciativa teve resultado.
A desinformação ou a má informação são extremamente prejudiciais para a agricultura brasileira, um setor essencial em termos econômicos e como provedor de alimentos à população brasileira e de outros 160 países. Os defensivos agrícolas combatem insetos, fungos, doenças e ervas-daninhas que, se não bem manejados, comprometem o acesso da população aos alimentos devido à redução da oferta e à explosão de preços de uma eventual escassez. Sem esses insumos essenciais, o Brasil poderia perder 100 milhões de toneladas de grãos.

Os números de registros de defensivos de 2020 escondem outros detalhes. A maioria dos produtos químicos aprovados já está em uso no mercado, sendo que 85% das autorizações referem-se a produtos equivalentes (ou seja, genéricos) e apenas 15% são novas soluções. Os produtos demoram mais de cinco anos na fila e, alguns, por volta de oito anos. A atual administração, tanto da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama) e do MAPA, tem investido arduamente para melhorar a produtividade de todo o funcionalismo público sem perder a rigorosa avaliação de todos os produtos. O que é verdade é que o Brasil ainda é, pelo menos, duas vezes mais lento neste processo do que seus pares, seja na Europa, Ásia ou nos Estados Unidos.

Que fique bem claro: a ciência e a tecnologia são primordiais no combate aos inimigos da produtividade agrícola, além de mais sustentáveis para o meio ambiente e para a economia nacional, possibilitando maior segurança para as pessoas quando devidamente aplicados nos cultivos, seguindo os rigorosos protocolos de uso correto e seguro regulamentados pelos órgãos já citados: Anvisa, Ibama e MAPA. Assim como acontece em diversos setores, o avanço da pesquisa e da ciência permite o desenvolvimento constante de tecnologias mais efetivas e seguras contra os detratores de produtividade, o que é bastante positivo para o aumento da produção de alimentos no campo. Isso é necessário, pois o clima brasileiro é propício para as pragas, doenças e ervas- daninhas, que se tornam cada vez mais resistentes aos insumos disponíveis no mercado.

É preciso vencer o preconceito em relação aos insumos químicos. Eles ajudam a produzir mais alimentos e são essenciais para colocar comida na mesa das pessoas. AR

Eliane Kay é diretora executiva do Sindicato Nacional das Indústrias de Produtos para Defesa Vegetal (SINDIVEG)

Distribuição: fatos & oportunidades nas lojas conceito

A necessidade de termos mais pontos de venda nesse modelo na distribuição de insumos agrícolas do Brasil

Renato Cesar Seraphim
Seraphim.renatocesar@gmail.com

Em um passado não tão distante assim, o Brasil contava com mais de cinco mil pontos de vendas para a distribuição de insumos agrícolas, muitos desses estabelecimentos não contavam com um corpo técnico, eram locais inadequados e, muitas vezes, com produtos mal expostos e mal armazenados. E o que mais me intrigava, além de tudo isso, era o fato de que essas lojas não ofereciam nada de diferente para o agricultor, nada que motivasse o agricultor a frequentar aquele lugar como forma de aprender, de se relacionar e de interagir com a empresa, com os fornecedores e os outros clientes. Nos últimos anos, esse quadro mudou bastante, com grandes investimentos de multinacionais, de fundos de private equity e das cooperativas. Esses espaços têm se transformado e estão sendo verdadeiros centros de convivência e de aprendizagem entre as empresas, a distribuição/cooperativa e os agricultores. Os distribuidores de insumos estão cada vez mais se conscientizando de que necessitam ser um centro de geração de valor aos agricultores, oferecendo, além de produtos e serviços, também a experiência.

Minha primeira exposição com essa transformação foi quando eu era diretor de Marketing da Bayer e, na época, o Ivan Moreno, diretor de Acesso ao Mercado, veio com um projeto de total transformação das fachadas da rede de distribuição Bayer. A marca era muito forte e Ivan, muito astuto e inteligente, percebeu que correlacionar e fortalecer o nome Bayer com o distribuidor seria salutar para todo o negócio. Com muito sucesso, conseguimos padronizar quase 100% da rede e demos o primeiro passo para uma melhor padronização e experiência para os proprietários da rede de distribuição e para os agricultores. O segundo passo, no sentido de melhoria das instalações físicas dos distribuidores de insumos, foi dado pelas cooperativas, principalmente com a entrada em Mato Grosso do Sul, com lojas modernas e espaços de conveniência que transformaram e fizeram com que os distribuidores de lá, como BioRural, Ciarama e Jangada, também se modernizassem. Na minha opinião, o estado hoje é o que tem os pontos de vendas mais modernos e sincronizados com o momento atual. E com a minha perspectiva de pontos de atendimento ao agricultor.

Mas, afinal, o que é uma loja conceito? Essas lojas funcionam, muitas vezes, como uma experiência ou uma espécie de laboratório em que as marcas podem apresentar aos seus consumidores novas formas de atuar, desde o atendimento até como são expostos seus produtos. E, até mesmo, uma total ruptura de linguagem e comunicação está sendo utilizada. Esse conceito vem crescendo muito no nosso segmento de varejo, com grandes marcas fazendo uso e investindo em projetos inovadores, como Apple, Ri Happy, Via Varejo, Magazine Luiza, e redes de farmácia, como a Drogasil. Para ter uma dimensão de valores, o mercado de varejo no Brasil gira em torno de R$ 500 bilhões, o que justifica a modernização e esse novo olhar para o setor. Mas não tão irrelevante assim, o setor de distribuição de insumos movimenta no Brasil mais de R$ 160 bilhões por ano. E por esse valor, relevância do Agro na economia, merece atenção e dedicação dos distribuidores e fornecedores para atender melhor o cliente, além da necessidade de modernização latente e urgente.

Não dá para chamar uma reforma, ou simplesmente um novo projeto, de uma

'loja conceito'. Eu acredito que todo novo conceito deve se basear, primeiramente, em uma estratégia, um rumo certo. Sua empresa precisa alcançar novos patamares? Precisa atrair novos consumidores? Novos fornecedores? Ou está buscando apenas um incremento nas vendas? As lojas conceitos precisam estar conectadas com o seu público; no nosso caso, precisam estar conectadas com os agricultores. Para os distribuidores, é um importante momento de escolha correta dos fornecedores e de saber quem está alinhado com a sua estratégia. Temos que oferecer uma experiência de compra diferenciada e, no nosso mundo agro, isso não tem fim. A imaginação pode correr solta, pois conseguimos oferecer desde simuladores de produtividade, de clima e de datas de plantio até seguro agrícola. Ou seja, transformar as experiências de compra para um momento de interação financeira e tecnológica. Sabemos o quão forte a relação transacional é em nosso segmento, mas o quanto disso foi forçado por nós por falta de argumentos e de diferenciação. Apesar da Covid-19 e de todo esse isolamento social, eu também acredito que isso vai passar e a criação de espaços de convivência, que fortalecem o relacionamento e a confiança do agricultor na sua empresa e em seus parceiros, será fundamental para o sucesso de todos os envolvidos.

Fico muito contente que esse conceito vem sendo fortemente aplicado e penso que precisa ser mais crescente ainda devido à demanda e à necessidade de diferenciação. Tenho visto alguns exemplos que migram para essa direção e fico feliz em saber que dois escritórios famosos de arquitetura com foco no mercado de varejo já estão direcionando esforços para o mercado agro. O primeiro é o MGoes (www.mgoesad.com), com grandes clientes, como Banco Original, Santander, Ben&Jerrys, Drogasil, e que, após os projetos de fachada e de renovação dos distribuidores Bayer, colocou o pé de vez no agronegócio e liderou toda a implementação das lojas próprias da Syngenta, a Atua Agro. No meu ponto de vista, a Atua Agro é um projeto inovador e diferenciado, focado no atendimento, no relacionamento e em levar tecnologia para o agricultor. Esse projeto é um grande marco para o sistema de distribuição, pois é a primeira iniciativa de uma empresa de produção de insumos para ir direto ao mercado. E a Syngenta tem tido bastante sucesso e vem crescendo com grande intensidade em um mercado muito disputado e dominado por cooperativas. É a força do 'gerar demanda' contra o 'atender à demanda'.

Outro escritório de arquitetura e design famoso e com forte atuação na área do varejo com clientes e projetos diferenciados, como da OMO Lavanderia, Natura, Re estilização, Mcdonalds, Lojas conceitos da Nutella e Ponto Frio, que vem fazendo os seus projetos na área de insumos agrícolas é o estúdio Jacarandá (www.estudiojacaranda.com.br). Com um projeto exclusivo para um distribuidor de insumos do Paraná, fez com que a rusticidade do mundo agro se aliasse à toda tecnologia necessária para produzir bem e de forma sustentável. Essa busca e interação com o agricultor não tem volta e os novos entrantes estão percebendo isso. Para terminar, listo cinco dicas para você investir nesse conceito e fortalecer a sua marca, atraindo mais clientes.

INVISTA EM UM AMBIENTE ACONCHEGANTE, CONVIDATIVO E DE INTERAÇÃO COM OS CLIENTES

O consumidor sempre tem que ser o elemento principal, pois não adianta uma nova loja com decorações extravagantes, instalações modernas e recursos tecnológicos se ela não oferecer uma experiência realmente diferente e próxima ao seu público.

Loja UniAgro, Bayer.

OFEREÇA NOVAS EXPERIÊNCIAS AOS CLIENTES

Uma loja deve ser mais do que apenas atrativa. Hoje as pessoas querem sair das suas casas para viver uma experiência, caso contrário muitas coisas podem ser compradas no conforto do lar em apenas um clique. É imprescindível que o distribuidor busque isso para o agricultor. Os produtos que vendemos são, em sua maioria, pós-patentes e o clique é muito atrativo.

ATUAgro, Syngenta.

FAÇA PARCERIAS

O espaço da loja pode ser usado para oferecer oficinas, treinamentos para ensinar alguma coisa nova. Pode virar um espaço para receber grupos dispostos a discutir algo. Ou a loja pode ceder um espaço para um prestador de serviços. Todos são aliados para fidelizar o consumidor.

Loja Agro100.

TENHA UMA EXCELENTE EQUIPE

Seus vendedores precisam ser técnicos, apaixonados por vender soluções e comprometidos com os clientes.

Loja Bio Rural.

E POR ÚLTIMO, MAS NÃO MENOS IMPORTANTE

Menos é Mais. Foco nos produtos e parceiros. Não tente agradar a todos, busque levar soluções para o seu cliente, e foco, nesse caso, é essencial. AR

Agro em Foco: TV digital é mais um projeto de sucesso da Pioneer

A transformação digital está revolucionando todos os setores da economia e no agronegócio não poderia ser diferente.

A facilidade de comunicação e de acesso rápido à informação proporcionada pela internet trazem ao agricultor a aproximação com conteúdo de qualidade e conhecimento de novas tecnologias, necessidades cada vez maiores para garantir a competitividade e a rentabilidade dos negócios.

Mantendo o seu legado em cultivar forte relação com os agricultores e ser protagonista trazendo iniciativas inovadoras, a Pioneer, marca de sementes da Corteva Agriscience, segue totalmente envolvida e comprometida em superar grandes desafios, apresentando um projeto incrível para o agronegócio brasileiro: o Agro em foco TV Digital, programa transmitido todas as quintas-feiras, às 19 horas, no canal do YouTube da Pioneer sementes.

O Agro em Foco TV Digital leva informação aos agricultores de todo o País, que atuam em diferentes mercados, oferecendo informações de qualidade e atualizadas para que eles possam sempre tomar as melhores decisões.

Essa proximidade com os produtores sempre foi um grande diferencial da Pioneer. Muito além de ajudar a escolher a melhor semente, o programa apresenta as principais informações do setor, como andamento da safra, recomendações e resultados de manejo, colheitas ao vivo, análises de mercado, avanços da tecnologia, previsão do tempo, além de entrevistas técnicas com grandes especialistas do agronegócio.

O programa ainda conta com duas equipes percorrendo o Brasil, em estúdios móveis, para compartilhar tudo o que acontece nas propriedades mais avançadas do nosso País.

Todas as edições do Agro em Foco TV digital ficam gravadas no canal do YouTube da Pioneer sementes, transformando-se também em uma importante fonte de pesquisa, informação e conexão da marca com os agricultores.

A Pioneer está presente há quase cinco décadas no Brasil e é a marca líder no mercado de sementes. O Agro em foco, apresentado pela jornalista Renata Maron, estreou no dia 11 de fevereiro deste ano e já se consolida com um grande número de visualizações. Uma agricultura mais conectada, aproximando cada vez mais a Pioneer do produtor. AR

PIONEER®
FEITOS PARA CRESCER™
Optimum
AQUAmax®
ELEFANTE CW
MÁXIMA
PRODUTIVIDADE
MESMO EM CONDIÇÕES ADVERSAS
Os problemas com a instabilidade climática vão ficar para trás. Agora, os agricultores brasileiros podem contar com uma tecnologia revolucionária que só a marca líder em milho foi capaz de desenvolver.
Os híbridos Pioneer® **Optimum AQUAmax™** resultam das mais avançadas técnicas de melhoramento genético e reúnem características nativas essenciais para resistir ao estresse hídrico e potencializar os índices de produtividade.
Stay green acentuado
Maior eficácia no enchimento de grãos
Alta eficiência na absorção de água do solo
Maior tolerância a diversas condições ambientais
Acesse o site pelo QR Code e saiba mais.
TECNOLOGIA
INÉDITA
NO BRASIL

CORTEVA™ agriscience
0800 772 2492 | saiba mais: pioneersementes.com.br
™ ® Marcas comerciais e marcas de serviço da Corteva Agriscience e suas empresas afiliadas
©2021 CORTEVA

A nova aposta das empresas do Agro

O IPO é uma alternativa potencial para o segmento, independentemente do porte da empresa

A exemplo de outros setores da economia, empresas do agronegócio buscam acessar o mercado de capitais através da Bolsa. Ao menos cinco empresas do Agro entraram com pedido de IPO (oferta pública inicial) na Comissão de Valores Mobiliários (CVM) em 2020. O objetivo é investir na produção, a partir de novas tecnologias, ou conseguir expandir nos mercados doméstico e internacional. A tendência de abertura de capital ocorre em razão do cenário de juros baixos no País – atualmente, na mínima histórica de 2% ao ano – que desponta mais uma possibilidade de financiamento, e não o endividamento. No cenário internacional, há taxas ainda mais baixas, inclusive negativas. Essa busca pelo mercado de capitais ocorre ainda em um momento de diminuição do financiamento público para o setor, que passou a ser mais atendido pela iniciativa privada ao longo dos últimos anos.

As companhias do agronegócio do Brasil apresentam um atrativo importante para o mercado. O Produto Interno Bruto (PIB) do agronegócio acumulou alta de 8,48% de janeiro a agosto em comparação com igual período de 2019, segundo o Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (CEPEA), registrando crescimento em plena pandemia, atribuído à safra recorde de grãos 2019 | 2020 e à forte alta dos preços agropecuários. Resultado do reforço da demanda, tanto interna quanto externa, e do câmbio favorável, que traz vantagens às empresas exportadoras do setor.

Assim, as empresas do agronegócio estão se estruturando para futuros processos e formas de captação de recursos no mercado de capitais. O volume de empresas do agronegócio no País que participam da Bolsa ainda é baixo: apenas 4% do valor de mercado total. As que apostarem de forma pioneira na abertura de capital terão maiores chances de atrair o investidor, que observa os bons resultados do setor, há muitos anos responsável por manter o Brasil com saldos positivos na balança comercial.

A preparação para um IPO representa uma mudança cultural importante para as organizações e sua governança, que exige o engajamento de conselheiros, executivos e de todas as áreas operacionais. É fundamental que os planos de negócios sejam robustos e apresentem um histórico de sucesso, atrelado a uma perspectiva de futuro promissora e sustentável. Além de métricas financeiras, cada vez mais o mercado tem exigido uma agenda ampliada em questões ligadas ao impacto social, às ações relacionadas ao meio-ambiente e à qualidade da governança corporativa, recompensando empresas com boas práticas de ESG (da sigla em inglês Environmental, Social and Governance).

Adequar as estruturas societária e tributária, bem como a estrutura de controles internos e mapeamento de riscos da empresa para a abertura de capital, são também fatores primordiais para o sucesso da operação. É importante ter em mente que o cumprimento das obrigações perante os órgãos reguladores demanda ajustes e implementação de práticas e controles financeiros, contábeis, operacionais e de sistemas, além de novas práticas de relações com investidores. Nesse sentido, assessores qualificados e experientes (financial advisors, underwriters, advogados, consultores e auditores) são essenciais e contribuem não apenas para o sucesso da transação, mas para que a empresa consiga fazer frente aos seus compromissos enquanto companhia aberta.

Embora tenha como finalidade última a captação de recursos, o caminho de preparação para o IPO traz, para as empresas, benefícios que geram valor para o acionista no longo prazo, e que podem ser implementados gradualmente, independentemente da decisão final de abertura de capital. Dentre os benefícios, incluem-se a adoção de boas práticas de governança corporativa e sustentabilidade, melhoria de controles internos, automatização de processos e otimização da estrutura corporativa das empresas. A decisão de listagem no Brasil ou em bolsas internacionais é estratégica e envolve questões relacionas à liquidez dos mercados, ao acesso a determinados grupos de investidores, ao segmento no qual a empresa atua e ao potencial de valorização dos ativos pós-IPO, dentre outros fatores.

No Brasil, há estudos referentes à redução do limite mínimo de capital das empresas para IPO, enquanto o mercado americano e seus reguladores também consideram implementar regras para a facilitação de IPOs. Já os custos médios recorrentes de manutenção de companhias abertas no Brasil se mostraram, em média, menores do que nos Estados Unidos: 66% das empresas afirmaram ter custo de operação como companhia aberta abaixo de USD 400 mil anuais, enquanto no mercado norte-americano a maior parte das empresas (67%) afirmou ter um gasto anual entre USD 1 milhão e USD 1,9 milhão.

Portanto, o IPO é uma alternativa potencial para o agronegócio, que deve ser analisada pelas empresas à luz do seu estágio de maturidade, níveis de governança, perspectivas de crescimento e desenvolvimento, independentemente do seu porte. AR

Maurício Moraes
Sócio e Líder da indústria de Agribusiness da PwC Brasil.

Fabio Pereira
Gerente Sênior e especialista em Agribusiness da PwC Brasil.

Grupo Vittia compra a JB Biotecnologia

União das duas empresas aumenta a oferta de agentes macrobiológicos no campo e amplia presença do Grupo nesse setor

O Grupo Vittia, empresa brasileira de fertilizantes especiais, inoculantes e defensivos biológicos com 50 anos de atuação, comprou a JB Biotecnologia, companhia mineira que atua na produção, no desenvolvimento e na comercialização de agentes macrobiológicos para o manejo integrado de pragas na agricultura e silvicultura. O mercado de controle biológico encontra-se em plena expansão no mundo e no Brasil. Aqui, já soma nos dois últimos anos um crescimento de 100%, chegando a um total de R$ 1,033 bilhões (IHS Markit - Mercado Brasileiro de Produtos para Controle Biológico Safra 2019 | 2020). Os produtos utilizados neste mercado se dividem em dois grandes grupos. Os microbiológicos e os macrobiológicos.

O Grupo Vittia possuía um amplo portfólio de produtos microbiológicos. A JB Biotecnologia é uma empresa focada no mercado de produtos macrobiológicos. Com a aquisição, o Grupo passa a ter um portfólio completo para acessar e desenvolver o mercado de controle biológico, entregando ainda mais produtividade e sustentabilidade ao produtor rural e à sociedade. "A JB Biotecnologia tem um profundo conhecimento voltado ao desenvolvimento de soluções para o controle de pragas, nos mercados de eucalipto, cana-de-açúcar, soja, milho e HF. Agora, une-se à nossa experiência e acesso ao mercado, tendo o produtor rural como o principal beneficiado", destaca o engenheiro-agrônomo José Roberto Pereira de Castro, diretor de Marketing do Grupo Vittia.

José Roberto Pereira de Castro, diretor de Marketing do Grupo Vittia.

Estão incluídas na aquisição as operações fabris da JB Biotecnologia, localizadas no município de Paraopeba (MG), contando, hoje, com a produção em massa dos seguintes agentes macrobiológicos: Trichogramma pretiosum; Trichogramma galloi; Telonomus podisi; Palmistischus elaiseis; Tetrastichus howardi; e Chrysoperla externa. Sendo os últimos três, tecnologias de produção exclusivas da JB Biotecnologia. Unem-se também ao Grupo Vittia o patrimônio humano e intelectual da JB Biotecnologia, liderado pelos diretores Bianca Vique e Júlio Cruz. AR

GRUPO VITTIA

- 50 anos no País.
- Produz inoculantes (fertilizantes biológicos), defensivos biológicos, fertilizantes foliares, fertilizantes organominerais, condicionadores de solo, micronutrientes granulados para solo e sais para a agricultura e pecuária.
- Com as marcas Vittia, Biosoja, Samaritá, Biovalens, Vitória Fertilizante e, agora, JB Biotecnologia.
- Oito unidades industriais localizadas nos estados de São Paulo e Minas Gerais.
- 900 colaboradores.
- Faturamento previsto de R$ 578 milhões no Brasil em 2020.

Projeto

Reflorestar AGROQUIMA

Milhares de mudas de árvores nativas do Cerrado, desenvolvidas pela Escola de Agronomia da Universidade Federal de Goiás (UFG), estão sendo adquiridas pela Agroquima e doadas à sociedade.

EA
ESCOLA DE AGRONOMIA

UFG
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

AGROQUIMA

@agroquimaoficial

INSTAGRAM LINKEDIN YOUTUBE

www.agroquima.com.br

Começa operação da Ferrovia Norte-Sul

Sonho do pioneiro Olacyr Moraes vira realidade depois de mais de 30 anos e vai revolucionar a distribuição de grãos, produtos e mercadorias no Eixo Centro Oeste – Sudeste

A Rumo, maior concessionária de ferrovias do País, inaugurou, no início de março, a Ferrovia Norte-Sul, trecho que liga São Simão, em Goiás, a Estrela D'Oeste, em São Paulo. É uma realidade após mais de 30 anos do começo das obras, em 1987, no governo do presidente eleito indiretamente José Sarney. O terminal é uma sociedade entre as empresas Rumo e Caramuru Alimentos. O ministro da Infraestrutura, Tarcísio de Freitas, destacou que, em dois anos, 41 ativos foram concedidos à iniciativa privada, envolvendo uma soma de R$ 60 bilhões em investimentos. Em setembro de 2020, a Rumo pagou R$ 2,3 bilhões antecipados, referência a 59 prestações dessa concessão, além de R$ 2,8 bilhões referentes à Malha Paulista. "Por que uma empresa antecipa uma outorga? Porque ela está confiando no Brasil", afirmou Tarcísio de Freitas.

O início da operação do primeiro trecho da ferrovia será importante para escoar a produção de Goiás, estimada em 13 milhões de toneladas de soja. O presidente dos conselhos de administração

O primeiro trecho vai transportar 13 milhões de toneladas de soja a partir de Goiás.

da Cosan e da Rumo, Rubens Ometto, informou que, nos últimos seis anos, a Rumo possibilitou o crescimento de 50% no volume de grãos transportado pela ferrovia. "Avanço ainda maior se deu no volume de contêineres movimentados por trens, que foi superior a 100% desde o início das nossas atividades, em 2015. É uma realidade hoje a movimentação de produtos que, até muito recentemente, não se poderia imaginar que fossem levados por ferrovia", disse Ometto. Ele ainda acrescentou que a empresa quer tornar realidade o sonho de Olacyr de Moraes e levar a ferrovia ao centro de Mato Grosso e à Cuiabá, em um investimento de mais de R$ 10 bilhões para que todo o Centro-Oeste esteja bem atendido por ferrovias e integrado ao centro da economia do País. "O Terminal de São Simão vai receber cargas de Goiás, de Mato Grosso e do Triângulo Mineiro, aumentando a competitividade do agro nessas regiões", falou o presidente do conselho de administração da Caramuru, Alberto Borges de Souza.

Em março de 2019, a Rumo arrematou em leilão os ramos central e sul da Ferrovia Norte-Sul, ainda com obras para serem finalizadas. O contrato compreende 1.537 quilômetros entre Porto Nacional (TO) e Estrela D'Oeste (SP). A Companhia investiu no ano passado R$ 711 milhões em obras de infraestrutura, terminais e material. As obras executadas incluem a construção de quatro pontes entre os estados de Goiás, Minas Gerais e São Paulo, um pátio de ligação em Estrela D´Oeste, e a implantação dos trilhos que restavam para conectar os três estados.

Três terminais foram projetados para atender a região sudoeste de Goiás, o leste de Mato Grosso e o Triângulo Mineiro, em São Simão (GO), Rio Verde (GO) e Iturama (MG). O Terminal de São Simão é o primeiro a ficar operacional. Em Rio Verde, a previsão é que a inauguração seja no final deste primeiro semestre; em Iturama (MG), no final do primeiro semestre de 2022. Há, ainda, um terminal da Brado, que responde pelas operações de contêineres da Companhia, em construção em Davinópolis, região metropolitana de Imperatriz (MA).

Goiás é o grande polo gerador de cargas da Malha Central. A Rumo optou por começar sua operação pelo sul do estado, onde ficam as cidades de São Simão e Rio Verde. O estado goiano tem um perfil de "esmagador", produzindo farelo de soja para atender tanto ao mercado interno quanto externo. Em função disso, os terminais operarão com grãos e farelo. A capacidade é de aproximadamente 5,5 milhões de toneladas por ano. São quatro tombadores e seis silos, com 42 mil toneladas de capacidade estática. O terminal conta, ainda, com uma tulha de carregamento com capacidade para carregar 3 mil toneladas por hora, o que permite carregar um trem com 120 vagões em menos de oito horas. Durante a construção do terminal, foram gerados 290 empregos diretos e mais de 1.000 indiretos. Com o início da operação, serão 90 empregos diretos, além de grande influência na economia regional. AR

TRECHO SÃO SIMÃO (GO) - ESTRELA D'OESTE (SP)

- Trecho total concessionado: 1.537 quilômetros.
- Ligando Porto Nacional (TO) a Estrela D'Oeste (SP).
- Investimento já realizado: R$ 711 milhões.
- Trecho São Simão (GO) - Estrela D´Oeste: 172 km.
- Prazo do contrato de concessão: 30 anos, não prorrogável.
- Previsão para próximos terminais: Rio Verde (GO) - primeiro semestre 2021 | Iturama (MG) - primeiro semestre de 2022.

RUMO

- Maior operadora de ferrovias do Brasil.
- Opera 12 terminais de transbordo, seis terminais portuários e administra 14 mil quilômetros de vias férreas no PR, RS, em SC, SP, MS, MT, MG, GO e TO.
- 1.200 locomotivas e 33 mil vagões.

Ração e mulheres fortalecem o Agro Global

Produção mundial de ração cresce 1% e atinge 1,18 bilhão de toneladas

A décima edição da Pesquisa Global de Rações, tradicional levantamento da Alltech, mostrou que a produção mundial de ração cresceu 1% em 2020, alcançando 1.187,7 bilhão de toneladas. Entre os destaques, está o Brasil, que se manteve em terceiro lugar no ranking de principais produtores mundiais e apresentou a maior alta entre todos os países, com 10%, resultando em 77,6 milhões de toneladas. Os números foram apresentados durante o Alltech ONE Virtual Experience, simpósio global on-line que já reúne mais de 22 mil pessoas, de 126 países. O evento também divulgou os resultados da 2ª edição do levantamento 'Mulheres na Alimentação & Agricultura', conduzido em parceria com a AgriBriefing.

O presidente e CEO da Alltech, Mark Lyons, afirmou que essa tem sido uma ótima época para a indústria agroalimentícia. "O agronegócio tem se mantido forte diante das adversidades, e a cadeia de suprimentos global continua provendo uma das necessidades mais básicas da sobrevivência humana. As informações e visões que coletamos refletem desafios, oportunidades e sucessos extraordinários enquanto desenhamos um rumo para o futuro", destacou.

Outros dados - Em sua décima edição, a Pesquisa Global de Rações trouxe informações importantes para a produção animal. Fortalecido por uma déca-

da de documentação, o levantamento é a avaliação mais completa da produção de ração e preços na indústria. Os números globais foram coletados em mais de 140 países e em mais de 28.000 fábricas de ração.

De acordo com a pesquisa, a China teve crescimento de 5% e retomou a posição de país líder na produção, com 240 milhões de toneladas. Entre os dez maiores países produtores de ração, incluindo tonelagem e porcentagem de crescimento, estão os Estados Unidos da América (215.9 milhões de toneladas, +1%), Brasil (77.6 milhões de toneladas, +10%), Índia (39.3 milhões de toneladas, -5%), México (37.9 milhões de toneladas, +4%), Espanha (34.8 milhões de toneladas, 0%), Rússia (31.3 milhões de toneladas, +3%), Japão (25.2 milhões de toneladas, 0%), Alemanha (24.9 milhões de toneladas, 0%) e Argentina (22.5 milhões de toneladas, +7%). Juntos, esses países correspondem a 63% da produção de ração mundial e podem ser vistos como indicadores das tendências gerais para o agronegócio.

As informações indicam também a representatividade da produção de ração por espécies: frangos de corte, 28%; suínos, 24%; poedeiras, 14%; bovinos de leite, 11%; bovinos de corte, 10%; outras espécies, 7%; aquicultura, 4%; pet, 2%. Os crescimentos predominantes foram os de frango de corte, suínos, aquicultura e pet food. O objetivo é ir além dos números para um olhar holístico sobre a indústria. Para isso, a pesquisa abordou questões qualitativas para descobrir tendências sobre a Covid-19, sustentabilidade e redução de antibióticos. Os resultados da edição 2021, incluindo informações sobre cada espécie, gráficos interativos e mapas, estão disponíveis em one.alltech.com/2021-global-feed-survey. AR

RAÇÃO 2020: PRODUÇÃO

- Crescimento mundial atinge 1% | 1.187,7 bilhão de toneladas
- Brasil é o terceiro maior produtor | Cresceu 10% | 77,6 milhões de toneladas
- Números coletados em 140 países | 28 mil fábricas de ração

RAÇÃO 2020: PRODUÇÃO POR ESPÉCIES

- Frangos de corte: 28%
- Suínos: 24%
- Poedeiras: 14%
- Bovinos de leite: 11%
- Bovinos de corte: 10%
- Outras espécies: 7%
- Aquicultura: 4%
- Pet: 2%
- Quem mais cresceu: frango de corte, suínos, aquicultura e pet food

RAÇÃO 2020: MAIORES PRODUTORES

- China: 240 milhões de toneladas | Cresceu 5%.
- EUA: 215.9 milhões de toneladas | Cresceu 1%.
- Brasil: 77.6 milhões de toneladas | Cresceu 10%.
- Índia: 39.3 milhões de toneladas | Caiu 5%.
- México: 37.9 milhões de toneladas | Cresceu 4%.
- Espanha: 34.8 milhões de toneladas | Não variou.
- Rússia: 31.3 milhões de toneladas | Cresceu 3%.
- Japão: 25.2 milhões de toneladas | Não variou.
- Alemanha: 24.9 milhões de toneladas | Não variou.
- Argentina: 22.5 milhões de toneladas | Cresceu 7%.
- Juntos, esses países correspondem a 63% da produção de ração mundial.

PESQUISA MULHERES NA ALIMENTAÇÃO & AGRICULTURA 2020

- 3.200 pessoas participantes de 80 países.
- Trabalhadoras e trabalhadores dos setores de alimentos e agronegócio.
- 26% das mulheres cuidam de crianças em casa.
- 21% das mulheres temem que o trabalho em casa prejudique a carreira. Apenas 13% dos homens têm a mesma preocupação.

62% dos entrevistados veem a agroindústria mais inclusiva.

ALLTECH

Fundada em 1980 pelo empresário e cientista irlandês Pearse Lyons

Atua na saúde e nutrição de plantas e animais, com fermentação de leveduras, fermentação em estado sólido e na ciência da nutrigenômica.

Líder na produção de aditivos de leveduras, minerais orgânicos e ingredientes para a alimentação animal.

5.000 colaboradores.

Presença nos cinco continentes.

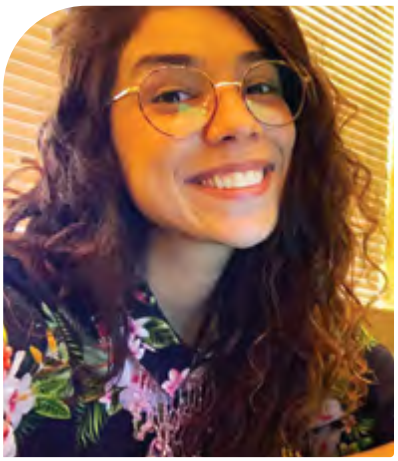
Matriz nos arredores de Lexington, Kentucky, nos Estados Unidos.

Elas são agro demais!

Mulheres invadem todos os espaços do segmento. No campo, na cidade, distribuição, revenda...

Elas avançam sem parar quando o assunto passa por algoritmos, inteligência artificial, data science. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) garante que as mulheres representam perto de 20% dos profissionais atuando no mercado de TI no Brasil. Gente como a desenvolvedora de TI da Plataforma A+, Carolina Cervela Freire, de 31 anos. "Eles encontraram meu perfil no Linkedin e me convidaram para uma entrevista, feita por quatro homens. Fiquei nervosa, mas eles me tranquilizaram e conseguimos uma conexão muito bacana", relembra a jovem, que conquistou assim seu primeiro emprego na área, em plena pandemia. O IBGE aponta mais. Nos últimos 15 anos, um milhão de mulheres ingressaram em atividades rurais. Ganhando igual aos homens e galgando posições e chefias. Prática crescente em indústrias do ramo, como a BAT Brasil, ex-Souza Cruz. A Gerente de Supply Chain e Operações de Tabaco, Érika Glória, era trainee da área, entrou na empresa em 2010, ocupou

Érika Glória, gerente de Supply Chain e Operações de Tabaco da BAT Brasil.



Carolina Cervela Freire: primeiro emprego na áresa de TI, em plena pandemia.

funções de Produção Agrícola a Exportação, atuando no Brasil e exterior. Agora, depois de dois anos e meio como responsável por toda a cadeia de suprimento de tabaco da multinacional no Brasil, assumiu a cadeira de diretora de Tabaco no Quênia. "Tive oportunidade de transformar, aprender e trabalhar com equipes fantásticas. Passei por diversas funções, aprofundei meu conhecimento em tabaco, liderança e no negócio, experiências que certamente impulsionaram meu crescimento", afirma Érika. Lá na roça vem ocorrendo o mesmo. Gerusa Cabral é produtora integrada à empresa, com apenas 24 anos, formada em Química, enxerga na lavoura um negócio próspero e aplica seu conhecimento na gestão da propriedade, garantindo o foco na rentabilidade, nas ações de preservação do meio ambiente e na segurança.

A avalanche ganha ainda mais força na Ciência Agropecuária paulista. Maioria entre os cargos de direção nas sete instituições de pesquisas de elite da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo, as mulheres também ocupam 52% dos cargos de pesquisadores e 52% dos cargos de servidores em geral, sejam eles cientistas, de apoio, administrativo ou de comunicação. A coordenadora substituta da Agência Paulista de Tecnologia dos Agronegócios (APTA), Harumi Hojo, é uma das 693 servidoras dos Institutos Agronômico (IAC), Biológico (IB), de Economia Agrícola (IEA), Pesca (IP), Tecnologia de Alimentos (Ital), Zootecnia (IZ) e APTA Regional. Engenheira-agrônoma, filha de imigrantes japoneses, ela viu no campo o exemplo para o crescimento profissional e uma melhor qualidade de vida. Seus avôs e tios paternos se dedicaram às atividades rurais no interior paulista, em Marília, enquanto seus pais ficaram na cidade. "Apesar de crescer na cidade, sempre me interessei muito pelo trabalho no campo, dos agricultores. Minha mãe mesmo contava que já havia colhido algodão. Sempre acreditei que as informações e tecno-

Produtora Gerusa Cabral, na lavoura, ao lado do marido: "Confiança e aposta no negócio".

Harumi Hojo (centro), uma das 693 servidoras da Secretaria de Agricultura e Abastecimento SP.

logias geradas na pesquisa não podiam ser guardadas. Temos que levar esses resultados para quem precisa, para os produtores e para a sociedade", conta.

Harumi liderou o Programa de Sanidade em Agricultura Familiar (Prosaf), criou a exposição 'Planeta Inseto', visitada por quase 500 mil pessoas e que mostra a importância dos insetos para a agricultura e o cotidiano da população. Além de ser responsável pelo 'cafezal urbano', cravado no coração da capital paulista, na Vila Mariana, com dois mil pés de café do tipo arábica cultivados em sistema orgânico, visitados por baristas, empresas torrefadoras de café, crianças e idosos com saudade do seu tempo de infância no interior. E faz questão de destacar o trabalho da secretária-executiva da Secretaria, Gabriela Chiste; de Juliana Cardoso, chefe de Gabinete da Pasta; das diretoras do IB, IEA, Ital e IZ, além das pesquisadoras Mariângela Cristofani Yaly (IA) e Maria Teresa Bertoldo Pacheco (ITAL). "Todas estão envolvidas em projetos inovadores, modelos de pesquisa novos e com a participação de diversos atores e instituições. É um grande desafio, mas que será vencido com a competência dessas pesquisadoras e de suas equipes", afirma Harumi.

E dá-lhe Liria Okuda, Fernanda Albino, Rita de Cássia, Maria Helena, Ledair Salete. Muitas integram um batalhão de quase um milhão de mulheres que pilotam propriedades rurais no Brasil. Histórias como a da pecuarista Rita de Cássia Pinto Hachiya, 37 anos, e quatorze deles dedicados à atividade. "Ser mulher no mundo da pecuária é enfrentar muitos desafios. Temos que ter muita persistência e coragem. Tenho muito orgulho do que eu faço", diz. Ela trabalha das quatro da manhã, hora da primeira ordenha, até a última, lá pelas cinco da tarde. Tira leite, faz os queijos, as vendas e entregas, além de cuidar dos animais. "Sou uma pessoa de sorte. Espero ser exemplo para outras mulheres que querem começar nesse ramo, mas que, por algum motivo, têm medo", ressalta. Coragem igual à da agricultora Maria Helena Zimerman, 62 anos, que trocou a vida na cidade pelo campo em 2007 e não se arrepende. "Já passamos por muita dificuldade. Erámos pobres. Hoje, eu fico olhando e apreciando a fartura que a terra nos dá. Plantamos goiaba, banana maçã e temos frangos. Sou feliz por ter fartura na minha casa", relata. A mesma abundância que faz parte da história de outra mulher, de geração em geração. Filha de agricultores, Ledair Salete Cella tem 60 anos, 34 deles dedicados

Rita de Cássia Pinto Hachiya: "14 anos trabalhando na pecuária e acordando 4 da manhã todo dia".

Maria Cecília Prestes, produtora de leite: "Conquistar o nosso espaço depende de tempo".

ao mundo agro. "Gosto de ver a beleza das transformações no manejo das culturas. O trabalho é constante e o plantio das culturas varia de acordo com a época do ano, tudo vai se adequando e se adaptando. Ser mulher no mundo agro é gratificante. Hoje, temos acesso a tudo e somos respeitadas", afirma. As três estão ligadas ao Clube Amigos da Terra (CAT), de Sorriso (MT), que apoia o empreendedorismo feminino, promove fóruns dirigidos a elas dentro do projeto 'Cultivando Vida Sustentável', promove a agricultura familiar e eventos tecnológicos com produtores rurais de média e larga escala através da Certificação RTRS (Produção de Soja Responsável).

Essa força feminina já representa 42% do Agro, segundo o IBGE. Ela é vista nas fazendas, mas também marca a atuação das profissionais que trabalham com a produção de tecnologias e a distribuição delas para as fazendas de todas as regiões do País. A Silox, fabricante de silos-bolsas do grupo Nortène, apostou nas mulheres e colhe ótimos resultados. A comercialização é encabeçada por gestoras mulheres e só vem crescendo. Doze mulheres ocupam cargos de liderança, coordenação, atendimento ao cliente, vendas, comércio exterior e marketing. "Es-

> “Clientes atendidos por mulheres se sentem mais seguros.”

Dayana Caroba, Gestora Comercial da Silox.

tamos acostumadas a fazer diversas tarefas ao mesmo tempo, dar atenção a mais de uma demanda, como fazemos na nossa vida pessoal. Sinto que os clientes atendidos por mulheres se sentem mais seguros”, opina Dayana Caroba, gestora comercial da empresa. Ela reforça que o objetivo da corporação é avançar no Centro-Oeste e MATOPIBA, crescer 30%, vender 35 mil bolsas em 2021, com foco em distribuidores, cooperativas, tradings e grandes produtores de grãos, e que 90% da área comercial do grupo já tem comando feminino. “Para isso, contamos com o atendimento feito por mulheres.

Luciana Rebonato: “Para assumir um negócio não podemos ter medo”.

Somos mais detalhistas, atenciosas com a negociação e em todo o processo” arremata.

Porém, a igualdade ainda tem desafios pela frente. A médica-veterinária Giana Hirose comanda uma equipe de 37 profissionais na Agrozootec Indústria e Comércio de Produtos Agropecuários, uma empresa de 16 anos de atuação no Brasil e que é a cara da distribuição de insumos no País. A goiana de Capinópolis diz que a turma interna de seu time é formada integralmente por mulheres, mas apenas duas estão na lida no campo. “A fazenda ainda é uma situação meio complicada porque há, sim, um pouco de preconceito. Sem falar que as mulheres acabam não enviando currículos para as vagas por causa de filhos, por cuidar sozinha da casa e pelas viagens que seriam obrigadas a fazer”, esclarece. Giana relembra os dias difíceis que viveu no início da epidemia no Brasil, a partir de março do ano passado. “Tive que motivar bastante a equipe, tranquilizar todos, enfatizar o cuidado com a saúde deles e das outras pessoas. Acho que usei muito da sensibilidade que toda mulher possui para casos assim”, afirma, certamente tendo utilizado os conhecimentos adquiridos por pós-graduações em Pessoas e Marketing. E resultados claros: um 2020 de vendas históricas. Mas o sucesso não impede que ela toque o dedo na ferida que mais interessa e envolve essa questão. “A mulher tem a questão da sensibilidade. É o nosso ponto positivo. Somos mais flexíveis, emocionais. O homem tem a noção de espaço. É mais racional. Consigo ver quando um vendedor não teve uma boa performance nas vendas só de olhar o comportamento. E sempre vou conversar para saber o que está ocorrendo. É uma arma que também nos permite conquistar com mais facilidade a confiança dos clientes. Agora, tem que partir das empresas a atitude de dar oportunidades às mulheres. Não é uma questão de cotas. Você contrata a pessoa e não o gênero. O negócio precisa olhar a capacidade das pessoas, criar novas oportunidades. Ainda existe muita empresa que não contrata mais mulheres, mas, quando se trata de cargos mais importantes, a coisa muda de figura”, analisa.

A Gerente de Desenvolvimento Humano da Cooperativa Castrolanda, do Paraná, Adriana Dalla Nora, concorda que essa resistência é possível de ser

Giana Hirose, líder de Equipe Agrozootec.

> “Você contrata a pessoa e não o gênero. O negócio precisa olhar a capacidade das pessoas.”

quebrada por meio da capacitação e do conhecimento. “Quando você se posiciona como uma profissional competente num mercado em que realmente predominam os homens, temos que provar isso. O mercado está cada vez mais aberto para todos e estas são conquistas que não aconteceram da noite para o dia. Foi mostrando nossas competências”, acrescenta. Lições conhecidas na prática por guerreiras como Maria Cecília Prestes, produtora de leite, cooperada, advogada e executiva. “Assumi a leiteria da família com 25 anos. Foi difícil conquistar a confiança de todos para mostrar que eu era capaz de fazer um bom trabalho. Alguns funcionários da fazenda não aceitavam receber ordens vindas de uma pessoa mais nova, quanto mais sendo mulher”, relata. “Eu assumi a fazenda em 2012, um pouco depois de ter voltado ao mercado de trabalho, mas precisávamos de alguém que se dedicasse à propriedade. A partir do momento em que participei de alguns cursos de gestão dentro da Cooperativa, a mudança aconteceu de verdade e eu assumi a administração definitivamente”, confirma outra cooperada, Luciana Rebonato, que só se distanciou da propriedade no nascimento da segunda filha. “Ouvir coisas como ‘agora é a mulherzinha que está mandando’ não é confortável, mas a gente tem que mostrar que está ali porque sabe o que está fazendo. Até chegar aonde estamos, foi preciso muito diálogo e paciência para conquistar a confiança dos funcionários. Não podemos ter medo, devemos seguir sempre em frente. O medo de não conseguir vai existir, mas isso é resolvido quando você entende do trabalho e começa a conhecer sobre a atividade”, reforça. AR

AGRO FEMININO BRASIL

- 1.029.640 estabelecimentos administrados pelo casal.
- 947 mil propriedades rurais no Brasil coordenadas por gestoras.
- Crescimento de 38% em doze anos.
- 57% no Nordeste | 14% no Sudeste
  12% no Norte | 11% no Sul | 6% no Centro-Oeste.
- Total de 30 milhões de hectares administrados por mulheres.
- 70% das mulheres já sofreram preconceito
  61,1% não se intimidaram.

PROPRIETÁRIAS RURAIS

- 50%: Pecuária.
- 32%: Lavouras temporárias.
- 11%: Lavouras permanentes.
- 19% das propriedades do Brasil.

Piscicultura cresce 5,93% e exportações avançam

Brasil produz 802 mil toneladas e tilápia firma-se como a principal espécie comercializada pelo País

Peixes nativos.

O Movimento A piscicultura brasileira teve desempenho positivo em 2020, cresceu 5.93% e saltou para 802.390 toneladas sobre 2019 (758.006 t). Os números são da Associação Brasileira da Piscicultura (Peixe BR). Foi o segundo melhor desempenho desde 2014, ano em que a Peixe BR foi fundada e iniciou o levantamento da produção nacional. O resultado de 2020 é muito bom, porém o ano foi dividido em duas fases distintas. A pandemia acertou a atividade em cheio nas semanas anteriores à Semana Santa, o "Natal da piscicultura". As vendas despencaram, o que trouxe muita preocupação para os diversos elos da cadeia produtiva. "Foi preciso refazer planos, ajustar custos e redobrar a atenção", lembra Francisco Medeiros, presidente executivo da Peixe BR.

Com o cenário da pandemia mais ajustado, o segundo semestre foi o melhor da piscicultura nos últimos anos. O consumo interno cresceu com consistência e o setor respondeu com maior oferta. Os preços aos produtores ficaram em níveis consistentes e os elos da cadeia puderam não apenas recuperar os prejuízos da primeira parte do ano, mas avançar e fechar o balanço no azul. O resultado somente não foi melhor devido à pressão dos custos, especialmente das matérias-primas importantes para a composição da ração. Em 2020, o dólar saltou cerca de 40%. As indústrias de nutrição animal não conseguiram repassar todas as despesas extras, mas o aquecimento do mercado possibilitou algumas manobras que surtiram resultado.

A tilápia foi o destaque de 2020. A produção brasileira cresceu 12,5%, atingindo 486.155 toneladas (contra 432.149 t do ano anterior). Com esse excelente desempenho, a espécie consolidou-se ainda mais no cenário nacional. Sua participação na produção total de peixes de cultivo passou

para 60.6% (foi de 57% em 2019). Os peixes nativos continuam representando um segmento muito importante da piscicultura brasileira, porém com a participação reduzida. A produção de 278.671 t em 2020 foi 3,2% menor que as 287.930 t do ano anterior: foram 9.259 toneladas a menos em um ano. As outras espécies (carpa, truta e pangasius, principalmente) mostraram bom desempenho, com crescimento de 10,9%. Destaque para o pangasius, que ganha espaço na produção – especialmente na região Nordeste. Em 2020, estas espécies somaram 38.104 t contra 34.370 t de 2019.

EXPORTAÇÕES - As exportações da piscicultura apresentaram aumento de 8% em peso em 2020 em comparação com o ano anterior, passando de 6.201 t para 6.680 toneladas. Esse aumento é inferior ao registrado em 2019 (26%), porém reflete a tendência consolidada nos últimos anos de crescimento das vendas para o exterior. O faturamento cresceu 4,4% e atingiu US$ 11,7 milhões.

Dentre as principais espécies exportadas em 2020, a tilápia mantém posição de liderança, respondendo por 88,17% das vendas externas e receita de US$ 10,3 milhões. Crescimento de 5% em relação a 2019. Os curimatás mantiveram o segundo lugar, com US$ 602 mil, porém com pequena queda comparado a 2019. O terceiro lugar ficou com o tambaqui, com US$ 562 mil, crescimento expressivo de 648,6% frente a 2019.

Dentre os principais destinos das exportações da piscicultura em 2020, os Estados Unidos se mantiveram como maior importador, com US$ 5,9 milhões, tendo apresentado aumento de 19% nos volumes importados comparado a 2019. O Chile foi o segundo principal destino, com importações de US$ 1,4 milhão e crescimento de 260% frente ao ano anterior. A China foi o terceiro principal destino, com US$ 864 mil, porém com queda de 22%. Chama a atenção o crescimento das exportações para países sul-americanos (Chile, Peru e Venezuela), o que pode indicar tendência de consolidação destes mercados. AR

EXPORTAÇÃO PEIXE BRASIL

- 2020: U$ 11,690 milhões.
- 2019: U$ 11,197 milhões.
- Crescimento de 4,4%.
- Espécies: tilápia (88% do volume), curimatá e tambaqui, surubim, pacu, bagre, truta, piau, bijupirá e pirarucu.

PRINCIPAIS COMPRADORES

- Estados Unidos.
- Chile.
- Peru.
- Colômbia.
- China.

Francisco Medeiros, presidente Executivo da Associação Brasiliera da Piscicultura.

Especial Agrobusiness

Agronegócio brasileiro mira crédito privado, aposta na Bolsa de Valores, atrai capital externo e se torna vitrine para fundos e pequenos investidores.

FALANDO de Bichos

TUDO DE PET. TUDO DE BOM.

Pet Mercado

A vez dos felinos na BRF

Capa | Projeto “Na Estrada”

Biogénesis Bagó é Extensão Rural Total com ‘Na Estrada 4.0’

Projeto “Na Estrada” passou por quase 3 mil municípios brasileiros e agora vai levar orientação sobre boas práticas de vacinação, silagem, IATF, uso de antiparasitários e aplicação de medicamentos para fazendas do país inteiro.

Entrevista com Zeina Latif

“Diversificar os investimentos é importante para aumentar a rentabilidade e se proteger em momentos de volatilidade”.

2021: PSA e a carne mundial

Doença ainda interfere no mercado global de carnes e a China permanece comprando proteínas do Brasil

A nova revolução virá das start-ups

Agricultura vai sofrer o mesmo impacto tecnológico do sistema bancário.

Espaço ANDAV

Conexão ANDAV e as ‘Mulheres da Distribuição’.

Animal Sensacional
Thor, herói de Brumadinho - Homenagem ao cão de salvamento dos bombeiros

Nascidos Para Criar
Canil Herdade em Recife, Fila Brasileiro

Meu Selvagem Favorito
Macaco gritador/ Bugio

Saúde Animal
FELV - Leucemia felina

Tela Animal
O Segredo dos animais - Animação clássica

Entrevista
Dono da Petz

Sumitomo Chemical e o Agro

A divisão de proteção de cultivos e pastagens da Sumitomo Chemical desenvolve, produz e comercializa defensivos agrícolas com foco nas questões de sustentabilidade e na produtividade das culturas, orientada pelo propósito de garantir alimentos seguros e de qualidade para a crescente população mundial. Nosso portfólio possui herbicidas, fungicidas, inseticidas, produtos biológicos (chamados biorracionais), adjuvantes, reguladores de crescimento e produtos para tratamento de sementes, que protegem os cultivos desde a semeadura até a pós-colheita.

Quem somos:

Fundada em 1913, com o objetivo de atender a necessidade de reduzir os resíduos gerados pela mina de cobre em Niihama, Ehime, bem como, contribuir com a crescente produção agrícola local, a Sumitomo Chemical estabeleceu a sua primeira linha de produção de fertilizantes a partir do dióxido sulfúrico emitido das operações da mina.

Até hoje, mantemos os príncipios sob os quais fomos fundados, baseando nossos negócios na sustentabilidade e na contribuição de fornecer o elemento básico para a sobrevivência humana, o alimento.

NOSSA MISSÃO

Promover o *bem-estar,* oferecendo *soluções sustentáveis* para a produção de alimentos e a *saúde da sociedade*.

Nossos Valores:

Agir com *Confiança, Empatia* e *Paixão*.

Tomar a *Iniciativa*, promovendo o *Respeito,* investindo em *Inovação.*

A base para a nossa filosofia atual de negócios foi escrita no *século XVII.*

Visite nosso website

SUMITOMO CHEMICAL

SEM CUSTOS PARA ANÁLISE E OFERTA

Crédito para distribuidores de insumos agrícolas

Com a TerraMagna, você transforma suas CPRs e duplicatas em dinheiro em caixa.

Em 2020, antecipamos o recebimento de

R$53,5 milhões

para nossos clientes.
Receba antes você também.

✓ ***Saia totalmente do risco*** *de quebra de safra ou inadimplência.*

✓ ***Consiga grandes descontos*** *pagando seus fornecedores à vista.*

✓ *Tenha* ***dinheiro em caixa*** *desde o começo da safra.*

FAÇA UMA SIMULAÇÃO GRATUITA
pelo (12) 9 8106.3107
ou através do QR code ao lado.

Av. Anchieta, 1078
Jardim Nova America
São José dos Campos - SP
antecipacao@terramagna.com.br

TERRAMAGNA
Crédito seguro para o agronegócio