

AR93 | Ano XVIII

AgroRevenda

A Plataforma de Conteúdo da Distribuição Agro

GRUPO
PUBLIQUE
PRESENÇA TOTAL NO AGRO

LAVORO

GRUPO LAVORO

Expande negócios
e deve faturar
R\$ 7,5 bilhões
na safra 21/22

Marcelo Abud,
Presidente do Grupo Lavoro



Falando de Bichos
O mercado Pet no
Brasil e no mundo



Entrevista
Roberto Araújo
da CropLife Brasil



Agro 2022
Plínio Nastari,
Presidente da DATAGRO



AgroCoopeRativas
As 10 maiores cooperativas
do agro brasileiro

N O S S A M I S S ã O

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







OBJETIVOS
DE DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL



Sustentabilidade está no DNA da Sumitomo Chemical, temos um forte compromisso com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) e com os dez princípios do Pacto Global, do qual somos signatários, ambas iniciativas da ONU. Nossa filosofia visa gerar valor para os negócios, bem como para a sociedade.

Acesse o nosso site e saiba mais!



    /sumitomochemicalbrasil

www.sumitomochemical.com





CAIRO RODRIGUES / PUBLIQUE BANCO DE IMAGENS

Olá, leitor!

O mundo nunca esteve tão desafiador.

Depois de uma pandemia, que ainda abala o mundo, uma guerra que conturba o comércio internacional.

E dificulta a produção agropecuária. Mas o setor cresceu bastante e promete mais em 2022.

Trabalhar ainda mais.
Lavoro. Tecnologia. Entregar.

Afinal, estar vivo é respirar, beber água e se alimentar.

E a tarefa do Agronegócio do Brasil permanece. Produzir comida e artigos para a saúde e o conforto da população mundial. E fazer a boa Comunicação. É o que procuramos, sempre.

Para você.

Boa leitura!

Riba Velasco
EDITOR

AgroRevenda

A Plataforma de Informação do Setor

PUBLISHER: Carlos Alberto da Silva | MTb 20.330
carlos@publique.com
(11) 9.9105.2030

EDITOR: Riba Velasco | MTb 2.368

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

**REDAÇÃO AGROCOOPERATIVAS:
E FALANDO DE BICHOS:** Roberto José Francisco
roberto@publique.com
(43) 9.9914.5485

AGRO DIRETORA COMERCIAL: Patrícia Opik
patricia@publique.com
(11) 9.9624.3377

AGRO DIRETOR DE CRIAÇÃO: Gutche Alborghetti
gutche@publique.com
(11) 9.9108.0856

AGRO GESTOR COMERCIAL: Vinicius Godoy
vinicius@publique.com
(16) 9.9782.1612

AGRO EXECUTIVO DE VENDAS: Paulo Bonanni
comercial@agorevenda.com.br
(11) 9.9402.7078

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

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

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

**AGRO JORNALISTA
E APRESENTADORA:** Ana Flávia Lourenço
ana@publique.com
(34) 9.8879.1373

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

AGRO DESIGNERS: Lavinia Carvalho
lavinia@publique.com
(34) 9.9873.0505

Sabrina Costa
sabrina@publique.com
(16) 9.9143.9019

Thainá de Almeida
thaina@publique.com
(15) 9.9179.3705

AGRO EDITORES DE VÍDEOS: Fany Michel
fany@publique.com
(34) 9.9911.0536

Julio Cesar Pereira da Silva
julio@publique.com
(11) 9.6156.1702

AGRO EDITOR DE PODCAST: Eder Inacio
eder@publique.com
(11) 9.9308.1922

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

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

IMPRESSÃO: Gráfica 1000 Cores

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.agorevenda.com.br
agorevenda@agorevenda.com.br

**AGRO
REPRESENTANTE
COMERCIAL**



Gláucia Guerreiro
glauca@guerreiro.agr.br
(44) 9.9180.4450

www.agorevenda.com.br



**GRUPO
PUBLIQUE**

PRESIDENTE E FUNDADOR: Carlos Alberto da Silva

www.publique.com



aliare

o campo sem fronteiras_

Quando os grandes se unem, o resultado é certo: **a verdadeira transformação do campo.**

Da sinergia do **Grupo Siagri** e **Datacooper** nasceu a Aliare - a aliança pelo campo sem fronteiras.

É o agro brasileiro conectado às melhores soluções de tecnologia do mercado.

Conheça
nossas soluções



siagri.

APP do
Produtor

assinei

clover CRM

myFarm

nou

vistra BI

Agria

Plantar
EDUCAÇÃO



16



87



115

entrevista	10	Falando de Bichos	87
Roberto Araújo, da CropLife Brasil		Tudo de Pet. Tudo de Bom.	
capa	16	perspectiva	104
Grupo Lavoro expande negócios		Agro Brasil e Mundial 2022 vai!	
biológicos	58	markestrat distribuição	110
Agrobiológica Sustentabilidade investirá em polo tecnológico		Estratégias Comerciais para a Distribuição de Insumos	
fertilizante	60	markestrat expansão	112
Uma questão chamada Fertilizantes		Consolidação e Expansão da Rede de Distribuição	
espaço CropLife	63	AgroCooperativas	115
CropLife Brasil é capacitação em defensivos		As 10 maiores cooperativas do agro brasileiro!	
saúde animal	64	distribuição	142
Exportação embalou saúde animal em 2021		Insumo on-line movimentou Agro 4.0 no Brasil	
prateleira	66	logística	144
Executivos, empresas e grandes negócios no agro		Perspectivas e tendências em logística	
suplemento mineral	68	gestão	148
Brasil sustentável vai alimentar o mundo		Desafios e problemas aumentam a importância da Gestão	
TRAIEnsina	72	feiras Show Rural Coopavel	150
Transformação financeira e digital são alavancas do crescimento		Show Rural Coopavel 2022!	
espaço ESSERE	74	feiras TecnoShow COMIGO	176
Essere Group anuncia a aquisição da Ruralvit Biotech		Expodireto Cotrijal tem recorde de negócios	
agro 2022	76	feiras Expodireto Cotrijal	196
Agronegócio em 2022!		Na Estrada das Grandes Feiras	
business	79	por onde andamos	204
Grupo Stoller faz reestruturação global		Eventos e encontros do Agronegócio Brasileiro	
coluna Renato Seraphim	82	o que vem na próxima AgroRevenda	210
Comércio eletrônico no Agro!		A próxima edição está recheada de novidades	
tecnologia	85		
Como chegar bem à seca!			

ESSERE

SOMOS CIÊNCIA, TECNOLOGIA E PRODUTIVIDADE.



Nossa missão é entregar inovação ao agricultor para gerar produtividade e rentabilidade, oferecendo soluções de alta performance para contribuir com a alimentação no mundo.

SOMOS TODOS AGRO. SOMOS TODOS RESULTADO. SOMOS TODOS ESSERE.

biofi **FLORINA** *kimberlit* *Loyder*



ESSERE

GROUP

PROPÓSITO NA ESSÊNCIA



festaoagross.com.br

10º Festão AgRoss



APRESENTAÇÃO
LUIZ CEARÁ

Uma expedição ao Oriente

PALESTRANTE
OSCAR SCHMIDT



NARRADOR
SILVIO LUIZ



COMENTARISTA
MAURO BETING



ATRACÃO
TALITA VITAL



REGRAS PARA QUANTIDADE DE CONVIDADOS:

Ao receber seu 1º carnê participativo você tem o direito de ir ao 10º Festão com mais um acompanhante (2 pessoas).

Os demais convidados serão válidos, conforme o número de carnês que você comprar, incluindo festa com o primeiro carnê. A cada 3 carnês (valor R\$ 11), você pode trazer mais um convidado.

Exemplo:

1º Carnê = 2 convidados

6º Carnê = 3 convidados

11º Carnê = 4 convidados

e assim por diante.



CONFIRMAR PRESENÇA ATÉ DIA 10/04,
07H05 DO TEL: 0800 851 4531

Quanto mais comprar, mais chances você tem!
VÁLIDO PARA COMPRAS NO PERÍODO DE 01/ABR A 17/JUN.

VISITE A HORTITEC E FIQUE
PARA O FESTÃO NO DIA SEGUINTE!

27ª HORTITEC

de 22 a 24 Junho 2022

Dia 25/06/22 - Sábado



**PRESENÇA
DE GRANDES
CRAQUES DA
SELEÇÃO**



FIFA WORLD CUP



Qatar 2022

SHOW COM MICHEL TELÓ

A CADA R\$ 10 MIL EM COMPRAS ACUMULATIVAS
VOCÊ **GANHA 1 CARNÊ PARTICIPATIVO** E CONCORRE:



MOTO HONDA 160

FIAT MOBILINK

MAR TV 65"



entrevista

Roberto Araújo



Roberto Araújo - Gerente de Educação e Boas Práticas Agronômicas da CropLife Brasil

“Regulamentação de produtos de controle, químicos e biológicos exige Ciência”

Riba Velasco

O Roberto é diferente. O Roberto é um profissional com foco. O Roberto pensa diferente. O Roberto é determinado. O Roberto é um profissional competente. O Roberto é, definitivamente, uma unanimidade. Mais do que a chuva de elogios que domina a avaliação de diversos profissionais do Agronegócio brasileiro sobre o trabalho de Roberto Araújo, o Roberto é Ciência. Também é CropLife Brasil. Engenheiro Agrônomo graduado pela Universidade de Brasília, fez inúmeras especializações. Marketing, Agronegócio, Proteção de Plantas, Liderança e Administração. Na Universidade de São Paulo, Escola Superior de Propaganda e Marketing, PUC do Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, Universidade Federal de Viçosa e Fundação Dom Cabral. No campo profissional, a atuação também foi intensa. Trabalhou por 29 anos na Basf, nas áreas de comunicação, sustentabilidade, marketing digital, product stewardship e na área regulatória. Hoje, preside o Comitê Executivo da Associação Brasileira de Estudo das Abelhas (A.B.E.L.H.A.), uma associação civil, sem fins lucrativos e conotação político-partidária ou ideológica, que tem o objetivo de liderar a criação de uma rede em prol da conservação de abelhas e outros polinizadores. Em outro front, igualmente sustentado por Ciência, gerencia as ações de educação e boas práticas agronômicas da CropLife Brasil, a

associação que reúne especialistas, instituições e empresas que atuam na pesquisa e no desenvolvimento de tecnologias em quatro áreas essenciais para a produção agrícola sustentável: germoplasma (mudas e sementes), biotecnologia, defensivos químicos e produtos biológicos.

Não é fácil ser CropLife no Brasil. É bordoadada sem fim para defender o segmento. Mesmo com a produção de alimentos no planeta inteiro sendo reconhecida como uma revolução impressionante de competência nos últimos setenta anos. E que hoje é responsável por entregar comida para 8 bilhões de habitantes, usar menos tecnologias químicas, investir em soluções biológicas, cultivar menos áreas, e se preocupar indefinidamente com segurança de processos e pessoas, lançamentos modernos e eficientes, ajudar a indústria a vencer o desafio de pôr café da manhã, almoço e jantar nas mesas de bilhões de famílias em cinco continentes. “Nosso propósito é disseminar informações sobre o uso correto de tecnologias de proteção de cultivos. Que a regulamentação dos produtos de controle seja baseada em ciência e alinhada aos países agrícolas concorrentes do Brasil. E engajar as principais vozes que promovem debates sobre desenvolvimento sustentável junto ao público urbano”, prega Roberto Araújo. É, o Roberto é bom mesmo. Acompanhe.

AgroRevenda - Qual foi o papel dos agrotóxicos na produção mundial de alimentos a partir dos anos 1950?

Roberto Araújo - De acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU), em 1950, a população mundial era de 2,6 bilhões de habitantes. Hoje, é de mais de 7,9 bilhões. Nesse período, o percentual da população urbana dobrou de 28% para 56% e a expectativa de vida aumentou de 45 para 72 anos, em média. Nesse mesmo período, a renda per capita mundial aumentou, estimulando o consumo de produtos oriundos da agricultura. O agronegócio é responsável não só pela produção de alimentos, mas, também, de biomassa, bioenergia, bioplásticos, ração animal, cosméticos e medicamentos, dentre outros. Foi ainda na década de 1950 que ocorreu a ‘Revolução Verde’, que reuniu um conjunto de iniciativas de transferência de tecnologia de pesquisa e que avançaram substancialmente a produção e a produtividade agrícola mundial. Essas iniciativas resultaram na adoção de novas tecnologias, incluindo variedades de grãos, sementes e plantas de alto rendimento (melhoramento genético), associada ao uso de fertilizantes químicos, defensivos agrícolas, irrigação, novos métodos de cultivo e mecanização, dentre outras inovações. Neste período, o principal papel dos defensivos agrícolas foi reduzir as perdas na produção agrícola e suportar o grande aumento da produtividade, ajudando a suprir a crescente deman-

da mundial por alimentos, fibras e energia, além de otimizar o uso de recursos (principalmente, o uso da terra), ajudando a evitar desmatamentos e emissões de gases de efeito estufa. Em 1970, o engenheiro agrônomo e cientista Norman Borlaug, o 'Pai da Revolução Verde', recebeu o Prêmio Nobel da Paz por ter ajudado a salvar mais de um bilhão de pessoas da fome. Estudos demonstram que a Revolução Verde contribuiu para a redução generalizada da pobreza, evitou a fome de milhões, aumentou a renda, reduziu as emissões de gases de efeito estufa e o uso da terra para a agricultura e, ainda, contribuiu para o declínio da mortalidade infantil.

AgroRevenda - Quais as principais diferenças entre os agrotóxicos usados nas fazendas do planeta há 50 anos e hoje em dia?

Roberto Araújo - De acordo com estudo de Ray Nishimoto (2019), os defensivos agrícolas lançados antes de 1969 usavam uma dose média de 1.200 gramas de ingrediente ativo por hectare e os defensivos lançados a partir do ano 2000 utilizam 12 vezes menos, ou seja, cerca de 100 gramas de ingrediente ativo por hectare. Além disso, são produtos que agem de forma mais específica para controlar pragas, doenças e plantas daninhas. Os perfis toxicológico e ecotoxicológico das novas moléculas também são mais seguros. Para os consumidores e para a conservação do meio ambiente e da biodiversidade. A Química e a Ciência avançaram muito, contribuindo para a melhoria da saúde, longevidade e qualidade de vida das pessoas.

AgroRevenda - O mundo e os oito bilhões de habitantes de hoje precisam de agrotóxicos para poder comer?

Roberto Araújo - As culturas alimentares competem com 100 mil espécies de fungos patogênicos, 10 mil insetos herbívoros e 30 mil espécies de plan-

tas daninhas. De acordo com a FAO (2021), órgão das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação, estima-se que 40% da produção agrícola global é perdida devido ao ataque de pragas. As doenças das plantas custam à economia global mais de US\$ 220 bilhões por ano. Sem o uso dos defensivos agrícolas, as perdas na produção seriam bem maiores, causando enormes prejuízos às nações e a oferta mundial de alimentos, fibras e energia seria menor, causando aumento de preços, escassez de alimentos o que, provavelmente, contribuiria para a miséria e os conflitos nos países subdesenvolvidos e naqueles que enfrentam adversidades no clima e no solo. Portanto, os defensivos agrícolas são produtos essenciais para garantir a segurança alimentar da população mundial, ou seja, o direito ao acesso a alimentos em quantidade e qualidade nutricional apropriada.

AgroRevenda - Qual a fatia de mercado que hoje os produtos biológicos defensivos ocupam no Brasil?

Roberto Araújo - De acordo com o levantamento 'Business Intelligence Panel' (BIP), da Spark Inteligência Estratégica (2021), os mercados de defensivos agrícolas biológicos e bioinoculantes registraram crescimento na safra 2020 | 2021. O estudo revelou que o mercado total de bioinsumos movimentou R\$ 1,7 bilhão, com avanço de 37% comparado à safra anterior (R\$ 1,235 bilhão). Somados, esses dois segmentos ocupam a fatia de 3% das vendas do setor de defesa vegetal, que, segundo a Spark, subiram 16%, para R\$ 53,83 bilhões, ante R\$ 46,559 bilhões. No mercado de biodefensivos, os bionematicidas lideraram as vendas, com a participação de 43% (R\$ 724 milhões), seguidos pelos bioinseticidas, que responderam por 25% ou R\$ 417 milhões, e pelos biofungicidas, com 9% ou R\$ 159 milhões. O mercado de biodefensivos atingiu R\$

1,3 bilhão, valor 37% superior à safra 2019 | 2020 (R\$ 948 milhões).

AgroRevenda - Os produtos biológicos são, realmente, uma opção sustentável, eficiente e produtiva para o agronegócio brasileiro?

Roberto Araújo - O mercado global de biodefensivos movimentou mais de US\$ 5 bilhões de dólares em 2020 e tem crescido a uma taxa de 14,4% ao ano. Com demanda crescente pelos consumidores por alimentos livres de resíduos químicos, além da necessidade de manejar a resistência de pragas e doenças, a expectativa para 2025 é de que o mercado de biodefensivos movimente pelo menos US\$ 8 bilhões. A União Europeia e os Estados Unidos são os mercados que mais utilizam produtos biológicos para o controle de pragas e doenças. Na América Latina, o Brasil é o líder na utilização de biodefensivos e, em 2020, o crescimento foi de 30%. Nesse mesmo período, a indústria de produtos biológicos no País atingiu um faturamento superior a R\$ 1,179 bilhão, com crescimento de 75% em relação a 2019. A expectativa é que este setor cresça a uma taxa acima de 35% ao ano até 2030. Ao encontro da tendência de crescimento no setor de biológicos, o Programa Nacional de Bioinsumos (PNB) é mais um incentivo para a agricultura brasileira. O PNB visa atender à crescente demanda do setor produtivo e da sociedade, que buscam alternativas de insumos de base biológica aos sistemas agropecuários. No entanto, as altas taxas de crescimento dos bioinsumos não podem colocar em risco a sustentabilidade do mercado de biodefensivos, caso a produção desses produtos seja realizada sem o devido controle de qualidade e fiscalização na produção 'on farm' (na fazenda). O alerta está em uma nota técnica publicada em 18/11/21 pela Embrapa, e que pode ser acessada pelo link: <https://>

www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/66275700/embrapa-divulga-recomendacoes-tecnicas-sobre-a-producao-de-bioinsumos-on-farm.

AgroRevenda - Durante quanto tempo os químicos e os biológicos vão conviver, combatendo macro e micro seres vivos e, ao mesmo tempo, realizando o manejo integrado?

Roberto Araújo - A criação da CropLife Brasil é fruto do reconhecimento de que os sistemas agrícolas exigem muito mais do que os benefícios de cada tecnologia, isoladamente. Portanto, existe o entendimento de que as tecnologias não são concorrentes. Juntas, elas contribuem para uma produção agrícola mais sustentável. O uso combinado de defensivos agrícolas químicos, com produtos biológicos, sementes geneticamente melhoradas e biotecnologia potencializam o desenvolvimento agrícola sustentável. No final, o agricultor pode escolher a tecnologia mais apropriada para as suas necessidades e atender às exigências do mercado consumidor. A convivência entre químicos e biológicos será duradoura e tende a evoluir com o uso de soluções digitais e agricultura de precisão.

AgroRevenda - As pragas e doenças que atingem o agro nas regiões tropicais, como no Brasil, podem significar um obstáculo diante das condições climáticas dos países produtores do hemisfério norte?

Roberto Araújo - No Brasil, a incidência de pragas (insetos, fungos e plantas daninhas) é mais alta por conta das condições climáticas de um país majoritariamente tropical, que apresenta características que alternam entre seco e úmido. Na primavera e verão, temos maior umidade e altas temperaturas, já no outono e inverno, períodos mais secos e com temperaturas mais amenas, sem o inverno característico da

Europa, Canadá e boa parte dos Estados Unidos. Afinal, as temperaturas mais baixas, incluindo a neve, evitam a reprodução das pragas, que tornam os alimentos impróprios para o consumo. Por outro lado, esse mesmo clima favorece a biodiversidade, possibilita a produção de grande variedade de culturas e de até 3 safras por ano, dependendo da cultura, com recordes seguidos de produção e produtividade, ou seja, mais produção em uma mesma área.

AgroRevenda - Na sua visão, qual a melhor definição de uma molécula moderna que envolve um produto defensivo hoje, na terceira década do século?

Roberto Araújo - Nas medidas fitossanitárias para proteger a saúde das plantas, não existe 'bala de prata'. É por meio da combinação de defensivos agrícolas, químicos ou biológicos, que o agricultor encontrará as melhores soluções para o Manejo Integrado de Pragas (MIP). Para evitar ou retardar a ocorrência de resistência às tecnologias, o agricultor deve rotacionar o uso de produtos com diferentes modos de ação, para evitar que a pressão de seleção possa contribuir para o aumento da população de indivíduos resistentes (insetos, fungos e plantas daninhas), que normalmente já existem na natureza. Com esse conceito em mente, é desejável que uma nova molécula tenha um modo de ação diferente e que possa somar às estratégias de manejo fitossanitário. A nova molécula deve ser mais seletiva, específica e eficaz, além de possuir um perfil toxicológico e ecotoxicológico mais amigável do que as opções já disponíveis no mercado, visando minimizar os riscos para a saúde das pessoas e ao meio ambiente. No entanto, por mais moderna e inovadora que seja a molécula, não há tecnologia ideal se ela for usada de forma incorreta. O maior desafio da indústria nessa década é promover as boas práticas

agrícolas e o uso correto das tecnologias no campo.

AgroRevenda - O mundo produz hoje mais de um bilhão de toneladas de grãos. Onde mais podemos chegar com as novas tecnologias de produção e a defesa dos cultivos?

Roberto Araújo - Publicação da FAO aponta que a agricultura mundial terá de ampliar em 80% a produção de alimentos até 2050, para atender as necessidades de uma população projetada em 9,7 bilhões de pessoas. Com o aumento da demanda, a FAO prevê, também, que o Brasil deverá responder por 50% desse montante. De acordo com estudo divulgado pela Embrapa, em 2021, a participação do Brasil no mercado mundial de alimentos saltou de US\$ 20,6 bilhões para US\$ 100 bilhões, nos últimos dez anos, com destaque para carne, soja, milho, algodão e produtos florestais. De acordo com a Secretaria de Inteligência e Relações Estratégicas da Embrapa (SIRE), o agronegócio brasileiro já alimenta 800 milhões de pessoas no mundo. Os dados ainda indicam que a contribuição do Brasil para o abastecimento mundial deverá avançar ainda mais nos próximos anos. Apenas como exemplo, no caso da soja, as projeções realizadas pelo MAPA, dão conta que a produção do grão na safra 2029 | 2030 será de 156,5 milhões de toneladas. Esse número representa um crescimento de 30,1% em relação à safra 2019 | 2020 (CONAB, 2020). Ainda segundo o MAPA, o consumo doméstico de soja em grão deverá atingir 53,7 milhões de toneladas na safra 2029 | 2030, mas poderá chegar a 61,4 milhões de toneladas. O consumo deve aumentar 21,4% até 2029 | 2030, tendo em vista que é um produto essencial na prepa-

ração de rações e na produção de biodiesel. Por fim, o Brasil é percebido mundialmente como uma potência agroambiental, ou seja, tem potencial para dobrar a produção de alimentos sem a necessidade de ampliar a área desmatada. A produção e a produtividade do agronegócio brasileiro devem continuar crescendo nas próximas décadas, assim como as soluções de ESG (sigla em inglês para ambiental, social e governança) para fomentar a agricultura circular e as iniciativas para conservação da biodiversidade.

AgroRevenda - Como a CropLife pretende intensificar sua atuação na defesa de boas normas e conceitos corretos no universo do Agro Brasil?

Roberto Araújo - Por meio de um acordo firmado em 2021 entre a CropLife Brasil e o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), será possível ampliar a capacitação profissional de agricultores e aplicadores para o uso correto e seguro de defensivos agrícolas químicos e biológicos a partir de 2022. Instrutores do SENAR já estão passando por treinamentos de nivelamento e atualização, com o objetivo de oferecer formação e conhecimento para que as novas normas e legislações, tanto federais como estaduais, sejam atendidas pelo produtor rural.

AgroRevenda - Quais as principais metas da CropLife até 2030?

Roberto Araújo - Disseminar informações sobre o uso correto de tecnologias de proteção de cultivos para a totalidade dos instrutores vinculados aos programas de educação de agricultores no Brasil.

Contribuir para que a regulamentação dos produtos de controle (químicos e biológicos) seja baseada em ciência e alinhada aos países agrícolas concorrentes do Brasil.



“ A CropLife Brasil se dedica a buscar parcerias com diferentes segmentos da sociedade, promover educação para adoção e o uso correto das tecnologias no campo e ao diálogo permanente com consumidores, formadores de opinião e governos”.

CROPLIFE BRASIL - CLB

A Associação reúne especialistas, instituições e empresas que atuam na pesquisa e no desenvolvimento de tecnologias em quatro áreas essenciais para a produção agrícola sustentável: germoplasma (mudas e sementes), biotecnologia, defensivos químicos e produtos biológicos. Foi criada em 2019 e é resultado da união de entidades que antes representavam cada um destes setores individualmente. Agora, agrega em uma única plataforma a experiência e o histórico de associações que por décadas lideraram as discussões sobre inovação na agricultura. Trabalha pelo crescimento do Agro Brasil e contribui para o aumento da oferta de alimentos, fibras e energia limpa. Auxilia os agricultores a enfrentarem os desafios para produzir alimentos, em quantidade e com qualidade, atendendo às demandas de uma população crescente.



O campo que
impulsiona o Brasil é

#BomDeSoja

SOUL

PRODUTO PERIGOSO. DE USO AGRÍCOLA. CONSULTE SEMPRE UM AGRÔNOMO.
VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO. LEIA O RÓTULO E A BULA.

ATENÇÃO



Armero® Araddo® Galil® ExpertGrow Across®
Plethora® Emerge® Trivor® Cheval®

ADAMA. Pronta para quem é #BomDeSoja. E para quem quer ser.

Listen • Learn • Deliver

ADAMA.COM



LAVORO



Grupo Lavoro expande negócios e deve faturar R\$ 7,5 bilhões na safra 21/22

Maior distribuidora de insumos agrícolas da América Latina mantém apetite de crescimento e pode triplicar de tamanho até 2025

O setor de distribuição de insumos agrícolas no Brasil vem passando por uma forte transformação nos últimos anos. Até então muito fragmentado, com revendas de insumos de diversos portes atuando por todo o País, o segmento passa por um movimento de consolidação rápido e ainda novo para os padrões do agronegócio brasileiro. Para compreender rapidamente essa tendência, basta observar a trajetória de expansão do Grupo Lavoro. A companhia, fundada em 2017, foi criada a partir da aquisição e fusão de mais de 20 distribuidoras de grande e médio porte, sob o controle do Fundo Pátria Investimentos. ...

Uma das principais estratégias de negócios do grupo é continuar crescendo de forma orgânica, ou seja, por meio da abertura de novas lojas sob as bandeiras das investidas, e de forma inorgânica, com a aquisição de novos players. A expectativa é de que mais de 30 lojas sejam abertas somente em 2022. Segundo Marcelo Abud, Presidente da Lavoro, mais de 50 revendas estão sendo estudadas atualmente para fusões e aquisições. “Estamos abertos a novos negócios, sempre considerando parceiros que estejam alinhados aos nossos valores e pilares, que são baseados em solidez, presença, atualidade e confiança”, destaca.

Com mais de 190 lojas no Brasil e na Colômbia, e cerca de cinco anos de atuação no mercado, o grupo já desponta como a maior distribuidora de

insumos agrícolas da América Latina. O faturamento no ciclo 20/21 superou a marca de R\$ 6 bilhões. A expectativa, para a safra 21/22, é faturar mais de R\$ 7,5 bilhões, mantendo o atual nível de crescimento orgânico anual, que gira em torno de 25%.

No Brasil, a companhia já marca presença nas regiões Centro-Oeste (Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Goiás), Norte (Tocantins e Rondônia), Sudeste (São Paulo e Minas Gerais) e Sul (Paraná e Santa Catarina). Com três distribuidoras na Colômbia e um escritório no Uruguai, a empresa agora vislumbra oportunidades de negócios no Paraguai, Uruguai e Chile.

Já são mais de 55 mil clientes atendidos, por meio da sua presença física e digital, nas principais regiões agrícolas

da América Latina. As principais culturas cobertas são: soja, milho, algodão, café, feijão, arroz, cana, trigo, citrus e pastagens.

O portfólio oferecido aos clientes é amplo e conta com marcas líderes em sementes, fertilizantes, defensivos agrícolas, fertilizantes foliares, insumos biológicos, entre outros produtos inovadores para agricultura e pecuária. E, agora, a empresa acaba de lançar uma nova linha de fertilizantes especiais e adjuvantes: a Essenziale.

“O mundo exige uma agricultura cada vez mais eficiente, porém ainda mais alinhada aos compromissos socioambientais. Nesse cenário, a Essenziale surge para ressignificar o que é realmente essencial para o campo: produtividade e eficiência, aliadas à sustentabilidade.



Loja Lavoro: foco em expandir as atividades no Brasil e na América do Sul.



“Estamos abertos a novos negócios, sempre considerando parceiros que estejam alinhados aos nossos valores e pilares, que são baseados em solidez, presença, atualidade e confiança”.

Marcelo Abud
Presidente do Grupo Lavoro

A linha será uma das mais completas do mercado e atenderá todos os ciclos da produção rural, do plantio à colheita, em cinco segmentos: pré-plantio, plantio e sementes; vegetativo; pré-florada; reprodutivos e adjuvantes”, conta Abud. Além da forte presença no campo, com uma equipe especializada de mais de 800 técnicos e engenheiros agrônomos em toda a América Latina, disponíveis para visitas e contato direto com clientes nas fazendas, o grupo também vem apostando em soluções tecnológicas que otimizam e simplificam a vida do produtor rural.

Uma das pioneiras do setor de insumos agrícolas na área digital, em 2020, a Lavoro colocou no ar seu canal digital de vendas, o CompreLavoro, capaz de atender às necessidades de agricultores, agrônomos e outros profissionais do agronegócio. “O CompreLavoro cresce a cada dia, e hoje já é reconhecido como o marketplace do agronegócio brasileiro. Neste ano safra, nossa expectativa é faturar entre R\$ 300 milhões e R\$ 400 milhões apenas com as vendas online. A meta é que as transações realizadas no ambiente digital representem 5% do

faturamento total do grupo em breve”, explica o executivo.

Ainda no universo high-tech, em 2021, a companhia lançou o aplicativo Minha Lavoro, dando ainda mais protagonismo ao produtor rural. Acesso a produtos e serviços diversificados; status de crédito; consumo e histórico de pedidos; antecipação de pagamentos; emissão de boletos; relatório de acompanhamento de campo; informações técnicas; pré-cotação de produtos e romaneio digital; além de serviços, como previsão do tempo,

cotação do dólar, grãos e notícias do mundo agro, são algumas das funcionalidades já acessíveis por meio do App. O aplicativo também conta com a LIA, uma assistente virtual que visa proporcionar uma melhor experiência na jornada digital do usuário.

“Estamos agregando à nossa plataforma digital, diversos parceiros, como agtechs e fintechs. Além de insumos, nosso objetivo é conectar produtores e startups em prol de um agronegócio cada vez mais moderno e eficiente”, reforça.

Para suportar a velocidade deste crescimento, o Grupo Lavoro também segue olhando e cuidando das suas

pessoas. Para Abud, os colaboradores são os maiores ativos e os grandes responsáveis pelo sucesso dos negócios. Programas de estágio e capacitação permanente estão entre as iniciativas da empresa para preparar os seus profissionais para os desafios de um agronegócio cada vez mais pujante, tecnológico e relevante para a economia mundial.

E para fortalecer o time, que hoje já reúne mais de 2.000 colaboradores em toda a América Latina, recentemente a companhia contratou Karen Ramirez, para a posição de Diretora VP de Recursos Humanos, e Marcos Strobel, como Chief Digital Officer. Com mais de 20 anos de trajetória profissional em

áreas de Estratégia e Recursos Humanos, Karen será responsável por atrair talentos, das mais diversas formações e skills. Já, Strobel, que possui 33 anos de trajetória profissional em áreas de tecnologia de grandes organizações no Brasil, chega para solidificar o movimento de digitalização das lavouras.

Falando em ações de marketing, a Lavoro também vem marcando presença nos principais eventos do calendário do agronegócio brasileiro, como Dinetec, Show Safra, Parecis Super Agro, Norte Show, 10º Tour do Milho, Rondônia Rural Show, entre outros. “O retorno dos eventos presenciais está proporcionando um reencontro com os nossos clientes e parceiros e, sobretudo, são ocasiões em que criamos oportunidades únicas de mostrar todas as inovações que estamos implementando no mercado, frutos do nosso investimento em pesquisa e desenvolvimento. Somente na Dinetec, passamos dos R\$ 120 milhões em novos negócios, principalmente na modalidade de barter, uma das nossas especialidades”, comemora o Presidente da Lavoro.

Em 2021, o PIB (Produto Interno Bruto) do agronegócio registrou um crescimento real de 8,36%, em comparação com 2020, segundo levantamento do Cepea (Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada), em parceria com a CNA (Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil). Embora para 2022, as perspectivas sejam de desaceleração para o indicador, principalmente devido a fatores macroeconômicos e impactos do conflito entre Rússia e Ucrânia, o agronegócio continua sendo essencial para a economia mundial e segue resiliente. O Grupo Lavoro acompanha estes movimentos, mas não pensa em tirar o pé do acelerador. Expansão é a palavra de ordem. **AR**



Karen Ramirez, nova Diretora VP de Recursos Humanos da Lavoro.



Marcos Strobel, novo Chief Digital Officer da Lavoro.



FUNGICIDA



ADAMA

Armero[®]



É fácil prever o futuro
quando Armero vem primeiro.



CONTÉM PROTETOR
FORMULAÇÃO
LÍQUIDA T.O.V.
ALTA EFICIÊNCIA
CONTRA MANCHAS
FOLIARES

ATENÇÃO

PRODUTO PERIGOSO, DE USO AGRÍCOLA; CONSULTE SEMPRE UM AGRÔNOMO;
VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO; LEIA O RÓTULO E A BULA.

Máxima proteção do baixeiro.

Listen • Learn • Deliver

ADAMA.COM

“

Há quase uma década, a ADAMA tem a honra de ter a Lavoro como parceiro comercial, impulsionando a agricultura brasileira. Temos acompanhado o crescimento da empresa no mercado desde então e visto a Lavoro transformar positivamente o setor de distribuição de insumos agrícolas. Valorizamos essa trajetória que, além de nos trazer conquistas comerciais significativas, nos permite trabalhar de forma conjunta em iniciativas de sustentabilidade e ações positivas para a sociedade de um modo geral, como campanhas solidárias e ações sociais”.



Romeu Stanguerlin,
CEO da ADAMA Brasil

”



ADAMA

Araddo[®]

O herbicida que adianta.



Único produto com controle de gramíneas e folhas largas para aplicação na dessecação



Sem restrição de intervalo entre a aplicação e a semeadura



Mecanismo de ação diferenciado sem efeito antagônico



Alta eficácia no controle de capim-amargoso, capim pé-de-galinha, buva, e principais folhas largas



Consistência de resultados

ATENÇÃO ESTE PRODUTO É PERIGOSO À SAÚDE E MEIO AMBIENTE. VENDA SOB RECEIPIQUE APROPRIADO. CONSULTAR UM AGRÔNOMO. SIGA AS INSTRUÇÕES DA BULA E DO CARTÃO DESEMPACOTE. COMBUSTÍVEL À BASE DE GLICINA E ÁLCOOL ETILÍDICO EQUIVOCADO POR ERRO DE IDENTIFICAÇÃO.

Incomparável para o manejo de plantas daninhas na dessecação.

Listen • Learn • Deliver

ADAMA.COM



GRUPO LAVORO

- # Controle do Fundo Pátria Investimentos
- # Atende mais de 55 mil clientes
- # Presença em Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás, Tocantins, Rondônia, São Paulo, Minas Gerais, Santa Catarina, Paraná e Colômbia
- # Foco em expandir as atividades no Brasil e em países da América do Sul
- # + de 190 lojas no Brasil e na Colômbia (Grupo Gral, AgSe e Cenagro)
- # 22 lojas abertas apenas em 2021
- # 2.500 colaboradores
- # Escritórios em São Paulo, Curitiba, Ponta Grossa, Cuiabá, Bogotá e Montevideo
- # Portfólio com marcas líderes em sementes, fertilizantes, defensivos agrícolas, fertilizantes foliares e insumos biológicos
- # Principais culturas atendidas: soja, milho, algodão, café, feijão, arroz, trigo, citros e pastagens
- # Crescimento em insumos: 29,1%
- # Plataforma on-line: www.comprelavoro.com.br

REDES ADQUIRIDAS

- | | | | |
|-----------------------------|-------------------|----------------------|----------------------|
| # Lavoro Agrocomercial | # AGSE (Colômbia) | # Gral (Colômbia) | # Qualicitrus |
| # Impacto Insumos Agrícolas | # Grupo Cultivar | # Integra Insumos | # Realce |
| # Agrovenci | # Denorpi | # Grupo Pitangueiras | # Productiva |
| # Central Agrícola | # Deragro | # Plenafértil | # Cenagro (Colômbia) |
| # América Insumos | # Futuragro | # Produotec | # AgroZap |
| | | | # Nova Geração |



ADAMA

Galil[®]

Tranquilidade até onde a vista alcança.

ATENÇÃO

PRODUTO PERIGOSO, DE USO AGRÍCOLA; CONSULTE SEMPRE UM AGRÔNOMO; VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO; LEIA O RÓTULO E A BULA.

MANEJO EFETIVO
DE PERCEVEJOS



Controle de fato é Galil[®]

Listen ▸ Learn ▸ Deliver

ADAMA.COM

Lavoro em Campo: atendendo e buscando dados para criar soluções.

CULTURA LAVORO

- # Atuação: forte presença no campo, com equipe especializada para visitas técnicas e contato direto com os clientes
- # Missão: servir aos produtores na América Latina, fornecendo insumos e serviços em todo o seu ciclo produtivo
- # Três linhas principais de negócio: Distribuição, Redistribuição e Fabricação/Importação de insumos
- # Processos: estabelecer práticas fortes e modernas de gestão
- # Impactos: direcionar resultados superiores aos clientes e ao Agro Latino-Americano
- # Programas sociais

FUTURO LAVORO

- # Faturar mais de R\$ 7,5 bilhões no ano safra 2021 – 2022
- # Alta de 25% em receita na safra 2021 – 2022
- # Ganhar cada vez mais mercado
- # No Brasil, avançar no Rio Grande do Sul e MATOPIBA
- # Abrir 30 lojas neste ano
- # Fusões e aquisições no Paraguai, Uruguai, Chile e Peru
- # Faturar até R\$ 400 milhões neste ano com o canal de vendas digital CompreLavoro

PILARES LAVORO

- # Presença: estar presente nas regiões estratégicas para o agronegócio, expandindo na América Latina
- # Solidez: um grupo com o suporte financeiro tão necessário para assegurar sustentabilidade ao negócio do agricultor
- # Atualidade: uma equipe conectada e atualizada, com plataforma de negócios inovadora, ágil e mais eficiente
- # Confiança: equipe experiente e focada em dar suporte ao agricultor. Gestão rigorosa de todos os pedidos. Garantia em cada entrega



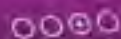
ADAMA

Plethora®

Evoluir é já estar pronto para o futuro.



LAGARTAS CAUSAM PREJUÍZOS AS LAVOURAS DE SOJA NO PIÁS



BT



ATENÇÃO

PRODUTO PERIGOSO. DE USO AGRÍCOLA. CONSULTE SEMPRE UM AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRONÔMICO. LEIA O RÓTULO E A FOLHA.

Ação duplamente poderosa contra a geração de lagartas de difícil controle.

Seu Legado

É O LEGADO
DA BASF.





**BASF na Agricultura.
Juntos pelo seu Legado.**



BASF

We create chemistry



LAVORO AMBIENTAL

- # Diminuindo as emissões de CO²
- # Economizando o uso de combustíveis
- # Racionalizando a utilização de energia
- # Tratando os resíduos
- # Usando bem a água

LAVORO SOCIAL

- # Colheita do Bem: R\$ 1,5 milhão para organizações sociais locais
- # Plante Amor - Colha Esperança: arrecadação de alimentos e doação de sangue
- # Unilavoro: capacitação para desenvolvimento profissional e pessoal dos colaboradores
- # SSMA: adesão total no programa de Saúde e Segurança
- # Certificação Great Place to Work

LAVORO GOVERNANÇA

- # Pacto Global Rede Brasil
- # Instituto Ethos
- # Empresa Limpa

SOMAR PRATICIDADE E CONVENIÊNCIA É A CONFIANÇA EM PRODUZIR AINDA MAIS.

Aumenax® na primeira aplicação e Blavity® na segunda: essa é a soma perfeita de praticidade com conveniência. É assim que oferecemos um manejo eficiente das lavouras e mais tranquilidade para você, produtor. Conheça mais sobre essa dupla que previne e controla as principais doenças da soja, protegendo a máxima produtividade no seu cultivo. ++

Aumenax®

Praticidade que protege

NOVO FUNGICIDA Blavity®

Conveniência é se preocupar menos e produzir mais



Controle de Ferrugem Asiática, Mancha-alvo e Oídio.



Aplicação mais otimizada e não entope o bico de pulverização.



Melhor distribuição sobre a folha



Ferramenta essencial para o manejo de resistência dos fungos.



Controle eficiente da Ferrugem e Mancha-alvo



Formulação moderna que permite baixa dosagem



Ampla espectro de controle de doenças



Facilidade de manuseio e aplicação

A BASF está junto com você com um portfólio completo de soluções para soja. Consulte um RTV ou seu canal de distribuição, experimente a praticidade de Aumenax® e a conveniência de Blavity® para produzir mais com um manejo eficiente e tranquilo.

☎ | © 0800 0192 500
f BASF.AgroBrasil
in BASF Agricultural Solutions
▶ BASF.AgroBrasilOficial
🌐 agriculture.basf.com/br/pt.html
📱 blogagro.basf.com.br

BASF na Agricultura.
Juntos pelo seu Legado.

BASF
We create chemistry

ATENÇÃO ESTE PRODUTO É PERIGOSO À SAÚDE HUMANA, ANIMAL E AO MEIO AMBIENTE. USO AGRÍCOLA. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO. CONSULTE SEMPRE UM AGRÔNOMO. INFORME-SE E REALIZE O MANEJO INTEGRADO DE PRAGAS. DESCARTE CORRETAMENTE AS EMBALAGENS E OS RESTOS DOS PRODUTOS. LEIA ATENTAMENTE E SIGA AS INSTRUÇÕES CONTIDAS NO RÓTULO, NA BULA E NA RECEITA. UTILIZE OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL. REGISTRO MAPA: BLAVITY® N° 10820 E AUMENAX N° 07720.



O Grupo Lavoro tem ampla presença geográfica e possui como propósito trabalhar pelo negócio do agricultor. Nos últimos anos teve a expansão por todo o Centro-Sul e Cerrado Brasileiro levando: tecnologia, inovação, serviços e profissionalismo à campo visando longevidade na relação fornecedor e agricultor.

Compartilhamos estes princípios e vemos que nossa parceria em Defensivos, Sementes e Tecnologias aliados à assistência técnica, melhores experiências e introdução de novas práticas são diferenciais na agricultura moderna”.

“Bayer e Lavoro valorizam a agricultura e trabalham juntas para assegurar produtividade e rentabilidade ao agricultor de forma sustentável e responsável”.



Parabéns,
Lavoro pelas conquistas!

Alexandre Pimenta,
Diretor de Acesso ao Mercado Brasil da Bayer





Arrancar no limpo

com o primeiro pré-emergente exclusivo do milho?
É pra agora.



Inaugure o manejo **pré-emergente** de plantas daninhas e potencialize o **rendimento** da sua safra.

»» **Ampla controle de plantas daninhas**

Dois modos de ação de alta eficácia no manejo de resistência de folhas largas e estreitas

»» **Menor dependência climática***

Solução estável e duradoura, com ou sem palhada

*Dados reais de acordo com testes realizados

»» **Baixa dosagem e diversos benefícios**

Se ajusta à realidade de cada lavoura



ATENÇÃO

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

Abri/2021

ADENGO®.
Milho no limpo, pra agora.

Conheça este lançamento em agro.bayer.com.br

A Lavoro quer ser a melhor distribuidora de insumos agrícolas do mundo!



Se eu fosse você, acreditaria piamente neste paulistano de 47 anos, casado, pai de gêmeas. Marcelo Abud, Presidente da Lavoro, respira o ar da fazenda desde criança, quando visitava a propriedade da família do pai, na região de Jaú e Barra Bonita, no interior de São Paulo, brincando com os avós entre lavouras de café e cana.

Começou cedo na distribuição, no setor de bebidas, assim que terminou a universidade de Administração de Empresas. Foram 20 anos de Ambev e InBev, percorrendo e morando praticamente no Brasil inteiro, nos Estados Unidos e no Canadá. Em 2018, passou a integrar o Conselho da UISA, antiga Usinas Itamarati, empreendimento erguido pelo icônico empresário Olacyr de Moraes. Quase ao mesmo tempo, decidiu mudar de área, ‘conversou com a patroa’ e optou por fincar o pé no Brasil. Sossegar? Que nada. Depois de ajudar na transição do cargo que ocupava, foi convidado pelos sócios do Fundo Pátria para trabalhar no setor de Food Service, em plena pandemia de Covid-19. E o resultado não poderia ter sido melhor. Tanto que o fundo não hesitou em fazer o convite para ele pilotar um negócio chave, o Grupo Lavoro, no ano passado. “Demorei para responder. Foram dois segundos”, brinca Abud.

E o projeto vem dando muito certo. A companhia fechou o ano safra 2020/2021 com faturamento de R\$ 6 bilhões, e agora quer ultrapassar a marca dos R\$ 7,5 bilhões para o próximo, com previsão de abertura de mais 30 novas lojas somente em 2022.

Confira agora os planos do executivo em uma entrevista exclusiva que ele concedeu à AgroRevenda.

“ O mundo não caminha apenas para lojas físicas e, sim, pontos de contato com o produtor. Vendendo para eles, atendendo, fazendo assistência, marcando presença nas propriedades rurais, comercializando pelo WhatsApp, aplicativo, sites.... Tudo com qualidade e preço justo”.

AgroRevenda - Por que o Agro?

Marcelo Abud - Sempre gostei muito do segmento. Apesar de ser paulistano, frequentei fazendas desde criança. Meu pai nasceu em uma propriedade que cultivava cana-de-açúcar e café. Nossa família sempre esteve no agronegócio, assim como no comércio, na região de Jaú e Barra Bonita. Eu ia ao campo sempre. Durante as férias, ficava com meus avós.

AgroRevenda - E você teve um pé no setor mesmo antes da Lavoro, não?

Marcelo Abud - Sim. Eu comecei profissionalmente na administração, fui para o ramo da distribuição, trabalhei muitos anos na Ambev e InBev, mas, na verdade, sempre estive ligado ao universo agro. Por exemplo, em 2006, liderei um projeto de consultoria, ainda pela Ambev, na cadeia de cevada. Em 2018,

passei a integrar o Conselho da UISA, antiga Usinas Itamarati. Isto é, a ligação sempre houve e sempre gostei muito do segmento. Apesar da maior parte da minha carreira ter sido no ramo de distribuição de bebidas.

AgroRevenda - Como foi a experiência no setor de bebidas?

Marcelo Abud - Fiquei durante vinte anos no Grupo Ambev e InBev, sendo quinze no Brasil e cinco nos Estados Unidos e no Canadá. Aqui, atuei nas áreas Comercial, Financeira e de Distribuição. Foi quando o presidente da Ambev no Brasil na época, o João Castro Neves, foi nomeado presidente da Budweiser nos Estados Unidos. E ele me chamou para ocupar a vice-presidência de vendas. Depois, como o João também era responsável pela operação canadense, convidou-me para presidir a Bud lá.

AgroRevenda - E a entrada na Lavoro?

Marcelo Abud - Em algum momento de 2018, eu decidi sair da Ambev. Já tinha morado e trabalhado em três países, vivido em diversas cidades brasileiras e já era pai de duas meninas gêmeas. Falei com minha mulher e decidimos que era hora de criarmos raiz. E, na época, também pensava em mudar de carreira. Falei com o Grupo, fiquei um ano lá ainda, para ajudar na transição, voltei ao Brasil, auxiliei no processo aqui também e, neste tempo, conheci os sócios do Fundo Pátria e eles me chamaram para ser CEO de uma empresa que eles gerenciavam, a Delly's Food Service, onde fiquei um ano. Esse setor foi bastante impactado no período, porém, embora estivéssemos em plena pandemia, encontrei uma equipe de trabalho maravilhosa e atuamos muito bem, diversificamos os negócios e obtivemos um resultado muito bacana. Foi quando eles me chamaram para falar sobre a Lavoro.

AgroRevenda - Por falar em 'morar no mundo', você andou bastante pelo Brasil, não?

Marcelo Abud - Eu e minha família já passamos pelo Piauí, Maranhão, Ceará, Ribeirão Preto, onde nasceram minhas filhas, São Paulo, Fortaleza e Minas Gerais.

AgroRevenda - E a Lavoro...

Marcelo Abud - Os sócios do Pátria conversaram comigo e disseram que tinham gostado da minha experiência na Delly's e que havia a Lavoro, a maior empresa de capital fechado de que eles eram acionistas. Falaram que eu conhecia distribuição, sabiam que eu gostava do universo agro, e que gostariam de contar comigo para os desafios do setor, que não era só crescer no mercado de revenda agrícola, mas, sim, de tecnologia, gestão, inovação e crédito. Um processo novo. Também alegaram que eu não conhecia as especificidades técnicas de produtos como defensivos, fertilizantes, semen-

tes, e outros, mas que seria um caminho diferente e que já tinham uma equipe muito boa na operação.

AgroRevenda - Você demorou a responder?

Marcelo Abud - Sim. Dois segundos (Rs!). E, explico. Primeiro, sempre gostei do setor. E o agro do Brasil está para a economia mundial como o futebol. Palavra de quem já trabalhou lá fora. É uma vocação do nosso país. Aliás, acho que é o único setor da economia em que podemos ser os melhores do mundo. Um setor que não parou mesmo com uma pandemia. Muito pelo contrário, cresce sem parar.

AgroRevenda - Quando você morou nos Estados Unidos, conseguiu ver as principais diferenças entre a distribuição brasileira e a americana?

Marcelo Abud - Não fui muito a fundo neste ponto, mas acompanhava de alguma maneira como funcionava, até porque fazíamos compras de insu-



O MELHOR QUE VOCÊ PODE FAZER PELO FUTURO É CULTIVAR HOJE.

Em 30 anos, haverá 3 bilhões de pessoas a mais no mundo. E a única maneira de conseguir alimentá-las é trabalhando juntos. Existe um novo modelo de agricultura que faz exatamente isso, com sementes mais fortes, melhor proteção de cultivos e decisões orientadas por dados. Saiba mais em Corteva.com.br

CONTINUE
CRESCENDO.



mos para produzir cerveja, como trigo e cevada. E consegui detectar quatro questões fundamentais. Primeiro, a rapidez da consolidação e a velocidade da profissionalização da cadeia. Muitos produtores grandes. Era impressionante. Eu morava em St. Louis, ao lado do 'cinturão do milho'. Companhias avançando e consolidando os negócios, outras grandes entrando no segmento. Em segundo lugar, a infraestrutura do país. É uma malha maravilhosa de rodovias, ferrovias, hidrovias e portos. Muito investimento. É fácil demais escoar produtos de um lado para outro lá. Em terceiro, há uma bancada de congressistas que defende o agronegócio deles. Incluindo representantes da Distribuição. Os deputados e senadores têm uma forte ligação com o Governo Federal e conseguem incluir os temas do setor na pauta do Executivo e da administração pública. Em quarto lugar, a questão da inovação, das novas tecnologias. O produtor rural americano é ávido por novidades. As revendas menores tinham um espaço segmentado e eu peguei o começo da coisa da tecnologia, há cinco anos. A venda de insumos por aplicativos, por exemplo. E eu até achava que estávamos muito longe disso e hoje estamos fazendo praticamente o mesmo aqui.

AgroRevenda - Voltando ao Grupo Lavoro, como foi a sua chegada?

Marcelo Abud - Meu time direto não é tão grande, são sete pessoas que se reportam a mim. Mas é uma equipe de profissionais experientes, conhecedores da atividade. Então, procurei escutar, entender e começar a priorizar as iniciativas. E dá-lhe 'pé na estrada'. Viajando demais, o Brasil inteiro, indo à rede de lojas, conversando com produtores, ouvindo muito, para aprender e absorver o máximo de informações. E vislumbramos três oportunidades. A primeira ação foi levar mais informação e

soluções tecnológicas ao agricultor. Estamos caminhando para uma base de quase 60 mil clientes, com as últimas aquisições, e o pequeno tem essa necessidade. Não queríamos ser apenas uma revenda de produtos e, sim, provedores de informação de qualidade para o produtor. Na sequência, ouvimos de muitos deles que desejavam mais novidades. Então, precisávamos de um portfólio bem completo, para a fazenda comprar da Lavoro tudo o que ela precisa. Por fim, uma meta decisiva era crescer nas regiões mais promissoras, via aquisição, que é o DNA da Lavoro, ou com lojas próprias. E essas três metas passaram a ser minha obsessão e permanecem sendo.

AgroRevenda - O Brasil pode chegar a ter distribuidores com até três mil lojas, como ocorre nos Estados Unidos?

Marcelo Abud - A Lavoro é a maior distribuidora de insumos da América Latina e, especificamente no Brasil, temos um market share que ainda podemos melhorar, e muito. Há um espaço enorme nesse sentido. Hoje, temos quase duzentas lojas, entretanto, penso que seremos, cada vez mais, multicanal. Lojas de atendimento, unidades menores, pontos de depósito, site próprio, revendas estruturadas, presença em importantes marketplaces. O mundo não

“ Gosto de sonhar grande. Pretendemos transformar, de fato, a Lavoro na melhor empresa de distribuição agrícola do mundo”.

caminha apenas para lojas físicas e, sim, pontos de contato com o produtor, vendendo para eles, atendendo, fazendo assistência, marcando presença nas propriedades rurais, comercializando pelo WhatsApp, aplicativo, entre outros. Logo, acredito que até podemos ter três mil pontos de contato, desde que sejam diversos, para atender melhor, de acordo com o desejo do cliente. Entregaremos o que ele precisar. Da maneira que ele achar mais conveniente.

AgroRevenda - E a tradição da revenda do atendimento físico?

Marcelo Abud - Certamente, vai permanecer. O Brasil é um país enorme, com desafios na estrutura logística e de conexão com a internet. A loja física ainda é um diferencial, tem muita importância para o produtor.

AgroRevenda - Qual é a estratégia de negócios da Lavoro?

Marcelo Abud - Sempre olhamos para três pilares. Expansão, com a compra de novas empresas, em áreas onde não estamos, companhias de mesma filosofia, sérias, corretas, que trabalham bem. E abertura de lojas, um crescimento orgânico. Em seguida, a tecnologia. Estamos incrementando a nossa loja virtual, queremos ser o portal de acesso do produtor brasileiro. E conseguiremos.

Tratamento de Sementes que vai
além e protege desde o início



Dermacor[®]

TRATAMENTO DE SEMENTES

Rancona[®]T

A Corteva Agriscience investe em alta tecnologia para entregar ao produtor as melhores soluções em **Tratamento de Sementes**. Você que já conhece a eficiência de **Dermacor[®]** contra as pragas de solo e doenças iniciais na soja, chegou a hora de ir além com o inovador **Rancona[®]T**, um fungicida sistêmico que protege suas sementes das principais doenças iniciais da soja.

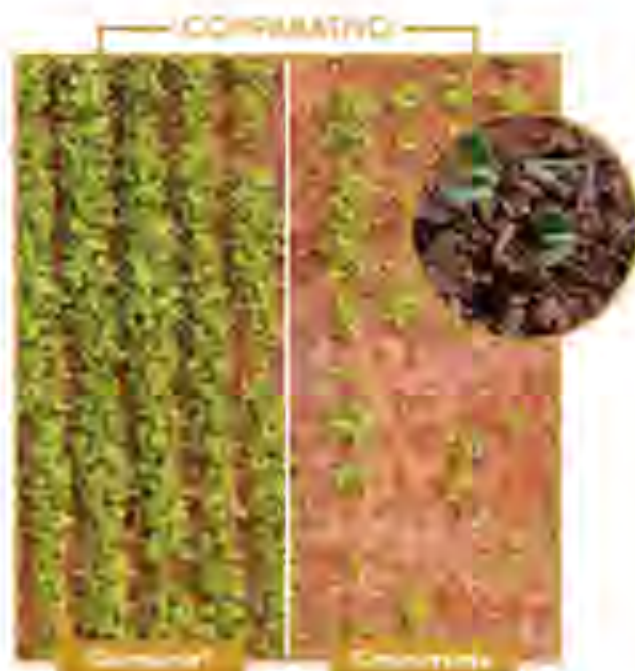
Aproveite as benefícios do tratamento com **Dermacor[®]** e **Rancona[®]T**

-  Excelente manifestação do estande
-  Importância para o Manejo da Resistência
-  Rápido estabelecimento da cultura
-  Maximiza o potencial produtivo

DERMACOR[®] + RANCONA[®]T
DUPLA PROTEÇÃO PARA QUEM PENSA GRANDE.

DERMACOR[®] e RANCONA[®]T são marcas registradas da Corteva Agriscience, em 2023, e distribuídas pela Corteva Agriscience.

Os resultados de produtividade e rentabilidade são meramente ilustrativos e não devem ser utilizados como base para decisões de investimento. Sempre consulte um profissional de confiança em assuntos de interesse. Os dados de produtividade e rentabilidade são baseados em dados de Corteva Agriscience, sob condições de clima, solo, manejo, fertilizantes e pesticidas. Para mais informações, consulte o site www.corteva.com.br.



ATENÇÃO PRODUTO PERIGOSO A 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.

Por fim, o portfólio, sempre oferecendo mais alternativas aos produtores. São nossas metas estratégicas. Inovação, crescimento e tecnologia.

AgroRevenda - A tecnologia segue amparando o bom agronegócio?

Marcelo Abud - Ela dá velocidade, traz recursos novos para você desenvolver coisas que não conseguia antes. E atinge dados de produtos e desenvolvimento da fazenda que o produtor não alcançava. Sem falar no 5G. Vai ter internet em tudo quanto é fazenda do Brasil. O produtor encontra uma praga nova no interior de Mato Grosso, tira uma foto e manda para a Lavoro. Encaminhamos para os nossos especialistas e damos uma resposta com velocidade, recomendando soluções adequadas da nossa prateleira. A tecnologia vai propiciar inúmeras saídas ao segmento. Por isso, nosso maior investimento hoje é em tecnologia.

AgroRevenda - E a Lavoro, o que mira no futuro?

Marcelo Abud - Nós seguimos com o propósito de ser uma revenda internacional, de alta capilaridade. No Brasil, temos que reforçar posições em algumas regiões, expandindo onde já esta-


mos, como Mato Grosso do Sul e Minas Gerais. Também precisamos encontrar o parceiro certo para o Rio Grande do Sul, onde não marcamos presença ainda. O mesmo ocorre no Nordeste, Norte e MATOPIBA (Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia). São áreas que olhamos com carinho. E sempre encontrando os parceiros certos. Ainda temos muitas oportunidades de crescimento geográfico. Ao mesmo tempo, é preciso entender que comprar uma empresa, achar

um bom parceiro, não é tão simples. Estamos olhando. E seguimos perseguindo boas empresas nesses locais.

AgroRevenda - Sempre de olho no pequeno e médio produtor?

É o nosso foco. Mas é importante frisar que a gente está criando uma área de contas chave, para acessar onde a indústria não vai direto ao produtor. Queremos avançar firme aqui, também, e, nos dois casos, sustentando os pilares de Crescimento, Tecnologia e Inovação.

AgroRevenda - E o sonho do Marcelo, qual é?

Marcelo Abud - Desde que comecei a trabalhar, gosto de sonhar grande. E no segmento em que atuamos não é difícil ter essa postura. Desde que sejamos confiantes e humildes. Pretendemos transformar, de fato, a Lavoro na melhor empresa de distribuição agrícola do mundo. Do Brasil, já somos. Não será uma tarefa fácil, nem simples, mas é o papel que queremos cumprir nos próximos dez anos. Somos humildes. Mas somos ambiciosos. 

“
A nossa estratégia de
negócio contempla fusões,
aquisições e geração de valor
para as empresas do grupo.
E ela vem se mostrando
bastante eficaz. Crescemos
organicamente em torno de
25% ao ano desde 2017”.

MARCELO ABUD, PRESIDENTE DO GRUPO LAVORO

- # Nasceu em São Paulo – Capital | 47 anos
- # Casado | Pai de gêmeas
- # Graduado em Administração de Empresas –
Fundação Getúlio Vargas
- # Especializações na Business School (SP) e
Northwestern University (EUA)
- # Atuou na Ambev, InBev e Dely's Food Service
- # Assumiu o Grupo Lavoro em maio de 2021

O que os olhos veem os resultados comprovam



NOVO

Viovan[®]

Onmira[™] active

FUNGICIDA

MANEJO CAMPEÃO ONMIRA[™]

Aproach[®] Power Viovan[®] Vessarya[®] Aproach[®] Power
MULTISSÍTIOS

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 à 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.

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.

“ O Grupo Lavoro, em função de sua larga cobertura geográfica, tem enorme capital humano e disposição de levar novas tecnologias contribuindo para o aumento de produtividade do produtor brasileiro. Juntos desde sua formação seguimos com grandes perspectivas de crescimento, sobretudo agora com a chegada e lançamento da tecnologia *Enlist* ao mercado brasileiro.

Esperamos seguir contando com o time Lavoro no objetivo de ajudar os produtores brasileiros à alcançar os mais altos níveis de produtividade cumprindo nosso propósito de enriquecer as vidas de quem produz.

Edmarcio Silva,
Vice-presidente & Líder de
Acesso ao Mercado e Efetividade
Comercial da Corteva



A SOLUÇÃO EM PÓS-EMERGÊNCIA PARA SUA PRODUTIVIDADE EVOLUIR E SEGUIR NA DIREÇÃO CERTA.

 **Enlist**[®]

COLEX-D[®]

HERBICIDA

Enlist[®] Colex-D[®] é o herbicida que coloca o produtor de soja no controle da sua operação para produzir mais e atender as demandas de um mundo em crescimento.

Enlist[®] Colex-D[®]

Não deixa o produtor à deriva.

INOVADORA TECNOLOGIA COLEX-D[®]

ATÉ
90%*

REDUÇÃO NO
POTENCIAL DE
DERIVA

**MAIOR
CONTROLE
NA APLICAÇÃO**

Redução no potencial de deriva e ultrabaixa volatilidade.

CONVENIÊNCIA

Redução do odor, proporcionando comodidade aos manipuladores, aplicadores e nas áreas próximas.

MAIS SIMPLICIDADE

Excelente controle de plantas daninhas proporcionado pelo 2,4-D com formulação inovadora, sem muitas mudanças no dia a dia do produtor.

FLEXIBILIDADE

Compatível com diversos sais de glifosato, de acordo com a bula.

*Aplicação com pontas de injeção de ar, como a AIXR.

Enlist[®] Colex-D[®] deve ser usado em dessecção da soja, em pré-plantio (aplique/plante) e em pós-emergência das sojas Enlist E3[®] e Conquesta E3[®].

Os herbicidas Enlist[®] Colex-D[®] e Enlist Duo[®] Colex-D[®] são uma ferramenta fundamental para o agricultor controlar as plantas daninhas e aumentar a produtividade e rentabilidade, protegendo ao máximo o potencial produtivo de sua lavoura. A produtividade e rentabilidade dependem também de outros fatores, como condições de clima, solo, manejo, estabilidade do mercado, entre outros.

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



As equipes já atendem
60 mil clientes.

LINHA DO TEMPO

2016

Início da busca por ativos

2017

Nasce o Grupo

Compra do Grupo Gral, na Colômbia, e Lavoro Agro no Brasil

2018

Mais duas grandes aquisições: Grupo Pitangueiras e Impacto

2019

Compra da Agrovenci e GP Produotec

2020

Grupo passa a se chamar Lavoro

Crescimento orgânico de 29,1%

Receita de R\$ 5,42 bilhões

Alcança 40 mil clientes e 30 milhões de hectares cobertos

Adquire: Central Agrícola, AgSe, Integra, Qualicitrus, America, Cultivar, Deragro, Futuragro, Denorpi, Plenafértil, Realce

Chega a 148 pontos de venda

Lançamento da www.comprelavoro.com.br | Plataforma de vendas digitais

1º ano de funcionamento faturou R\$ +100 milhões em vendas

2021

www.comprelavoro.com.br alcança vendas de R\$ 204 milhões

Conquista do selo 'Great Place to Work'

Adquire: Produttiva, AgroZap, Cenagro e Nova Geração

Lança o aplicativo Minha Lavoro

SEU RESULTADO É A MEDIDA DA SUA CONFIANÇA

Quando você investe em Exalt® sua lavoura retribui.



Exalt®

Jemvelva™ active

INSETICIDA

Quem confia em Exalt® desde cedo conta com a melhor solução para a lagarta-do-cartucho (*Spodoptera frugiperda*), proteção aprovada e reconhecida pelos produtores.

- Investir na proteção inicial traz mais rentabilidade no final
- Protege a cultura imediatamente e por mais tempo



#CARTUCHOPROTEGIDO
Exalt®. Pode confiar.

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

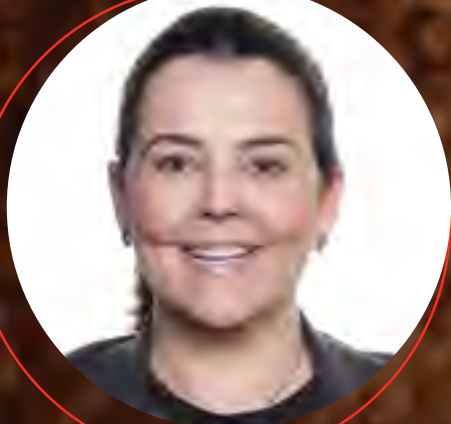
FMC

An Agricultural
Sciences Company

FMC
TEM
Parceria

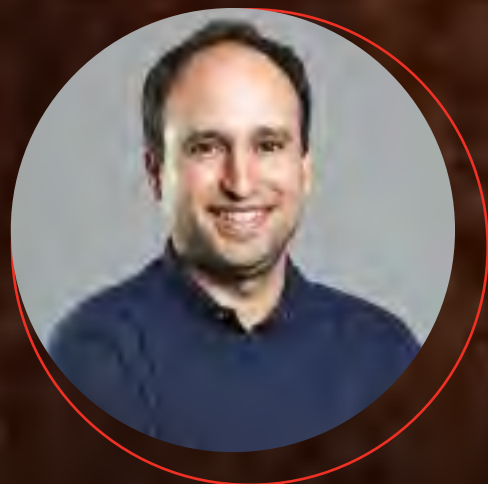
JUNTOS, SOMOS MAIS FORTES.

Sempre em busca de um crescimento mais sustentável.



Dia após dia, a parceria entre a FMC e Lavoro é fortalecida, e o vínculo entre as empresas se torna cada vez mais sólido. O motivo é simples: compartilhamos valores e princípios, e colocamos um poderoso portfólio à disposição do produtor rural, composto por produtos que contam com a marca da inovação. Levar aos parceiros as melhores soluções em prol do manejo eficaz e, ao mesmo tempo, sustentável, é uma das missões da FMC. Por tudo isso, é uma imensa felicidade caminhar junto de empresas como a Lavoro, que, a cada movimento que faz, valoriza ainda mais o nosso agronegócio e está sempre ao lado dos agricultores.

Sinara Ferreira
Diretora Comercial da FMC



O programa JUNTOS marca uma nova etapa entre a FMC, os distribuidores e os agricultores, e busca multiplicar soluções personalizadas por meio de uma plataforma digital. A ideia é conectar todos os elos produtivos da cadeia do agro em um só lugar e fazer com que todos se desenvolvam juntos. A parceria com a Lavoro é a prova de que é possível e necessário crescer e caminhar lado a lado, rumo a um futuro próspero, levando tecnologias, serviços inovadores e sustentáveis. Junto com a Lavoro, trabalhamos para que o agricultor seja o grande protagonista, contribuindo para que ele produza cada vez mais e de forma sustentável.

Vinicius Batista
Gerente de Acesso ao Mercado e a Clientes da FMC

JUNTOS

PRODUTOR

INOVAÇÃO QUE NOS CONECTA A VOCÊ.

A plataforma que une todos os protagonistas do agronegócio em prol do crescimento do setor. São os produtores e parceiros de todo o Brasil, juntos, revigorando o desenvolvimento sustentável em um só lugar.

A cada compra, você conquista FMC Coins e resgata soluções inovadoras e muito mais para a sua cultura.

Cadastre-se: www.juntosfmc.com.br

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

FMC

TEM *Paixão* *peelo agro*

O QUE NOS MOVE NOS FAZ CRESCER.



Caminhar sempre ao lado dos produtores, buscando identificar e atender às suas necessidades e expectativas. Essa é, sem dúvida alguma, uma das principais diretrizes da FMC. Tendo essa premissa como base de nossa atuação, contribuimos fortemente para o crescimento da agricultura em nosso país, sempre de forma sustentável e levando inovações, tecnologias e soluções para os quatro cantos do Brasil. Também é fato que, muitas vezes, contamos com parcerias essenciais como a que nutrimos com a Lavoro, com quem trabalhamos de forma eficaz e produtiva, na distribuição das mais avançadas tecnologias. Assim, ajudamos produtores das mais diversas culturas a alcançarem o sucesso.

Marcelo Magurno
Diretor de Negócios da FMC Brasil



FMC TEM é tudo o que nos permite levar até o campo as respostas de que ele precisa. São valores fortes, pessoas talentosas, soluções diferenciadas, parcerias de sucesso, relacionamentos sólidos, inovação constante e conhecimento robusto que só quem é movido por fazer sempre mais pelo agronegócio brasileiro possui.

FMC TEM representa aquilo que nos move, como a paixão pelo agro. Por isso, investimos em tecnologia e pesquisa para entender as necessidades do produtor e de cada cultura, fazendo brotar riquezas e um futuro muito mais produtivo.

Acesse e saiba mais em
www.fmcagricola.com.br

FMC

An Agricultural
Sciences Company

Lavoro lança Essenziale, sua marca própria de especialidades

Dividida em cinco linhas de produtos, o novo portfólio atenderá o agricultor em todas as fases do ciclo produtivo: do plantio à colheita

A Lavoro, maior distribuidora de insumos agrícolas da América Latina, acaba de lançar a sua marca própria de especialidades: a Essenziale. Com cinco linhas de produtos, Plantae, Vegetae, Florae, Produze e Performe, a marca oferecerá um dos

mais completos portfólios do mercado, capaz de atender a todos os ciclos produtivos no campo, do plantio à colheita.

Com a Essenziale, o produtor rural terá à sua disposição insumos desenvolvidos com tecnologia de ponta, que o auxiliarão em maiores produtividades, com menores impactos ao meio ambiente. Entre as culturas atendidas pelas novas linhas estão: algodão, arroz, café, cana de açúcar, feijão, hortaliças, milho, soja, trigo, entre outras.

“O mundo exige uma agricultura eficiente, porém cada vez mais alinhada aos compromissos socioambientais. Neste cenário, a Essenziale surge para ressignificar o que é realmente essencial para o campo: produtividade e eficiência, aliadas à sustentabilidade”, conta Marcelo Abud, Presidente da Lavoro.



Com a Essenziale, a Lavoro ressignifica o que realmente é essencial para a agricultura: produtividade e eficiência, aliadas à sustentabilidade.

A linha de produtos Essenziale é composta por cinco segmentos:

1 - Pré-plantio / plantio / semente

Este segmento possui a linha Plantae, que traz dois produtos: o Enraize Max e o Enraize Zn. Ambos são apresentados na forma de suspensão concentrada e melhoram o enraizamento das plantas e aproveitamento dos nutrientes.

2 - Vegetativo

Para este segmento, o agricultor contará com a linha Vegetae, que traz três produtos: o Bio Complex, o EssenzAmino e Mn7 Max. Todos possuem aplicações específicas para cada tipo de produção e propriedades que melhoram o desenvolvimento vegetativo e o florescimento em

diferentes culturas, além de promover um melhor balanço nutricional.

3 - Pré-florada


O segmento conta com a linha Florae que traz dois produtos: Flor Fix e Flora BMO, que são compostos líquidos de alta solubilidade, que melhoram o florescimento, pegamento das flores e aumentam a absorção dos nutrientes e a produtividade.

4 - Reprodutivo

O segmento traz a linha Produze, com três produtos, o Produze Max, Max K 400 e o Nutre PHOS, fertilizantes de alta solubilidade, que favorecem o período de frutificação em diferentes culturas, aumentando o enchimento dos grãos e a qualidade da produção.

5 - Adjuvantes

A linha Performe traz três modalidades de adjuvantes: o Adere Max, Efficenza Max e Mineral Max. Os produtos atuam como condicionadores de calda, melhorando a eficiência da pulverização, adesividade e a absorção dos produtos utilizados em conjunto.

Com a nova marca, a Lavoro tem a expectativa de expandir seu market share no ramo de especialidades. Atualmente, cerca de 6% da receita da companhia já é composta pela linha supracitada. “Com a Essenziale, nossa expectativa é que os chamados produtos ‘ESSENCIAIS’, ultrapassem 10% do nosso mix de prateleira nos próximos anos”, finaliza Abud. 



BIOSATIVADOR

Biozyme®

PARA O MÁXIMO DESEMPENHO, O MÁXIMO DE BENEFÍCIOS.

MAIOR
PEGAMENTO
DE ESTRUTURAS

PLANTAS MAIS
RESISTENTES
AOS ESTRESSES

OXIDAZEMAS, AMÍNIAS, ENZIMAS E MICROORGANISMOS

MAIOR
ABSORÇÃO
DE ÁGUA
E NUTRIENTES

MENOR
COMPETIÇÃO
COM PLANTAS
DANINHAS

MAIOR
TOLERÂNCIA
A PRAGAS
E DOENÇAS

MAIOR POTENCIAL
FOTOSSINTÉTICO

BIOSATIVADOR

Biozyme

Características:

Trabalha sobre a parte de estruturas naturais, micronutrientes. Biozyme® formula efeitos sobre os metabolismos e fisiologias das plantas como a divisão e alongamento celular, translocação de nutrientes, síntese de clorofila e glicoxilaminas, água, fixação de nitrogênio etc. Devido ao maior estímulo de crescimento, as plantas tratadas com Biozyme® apresentarão, de acordo com a cultura e fase de aplicação, os seguintes benefícios: **Maior número e tamanho de raízes, Maior vigor inicial, Maior perfilhamento, Melhor arquitetura de plantas, Maior pegamento de estruturas reprodutivas, Maior número de frutos ou vagens, Maior uniformidade e tamanho de frutos, Melhor coloração dos frutos, Maior produtividade.**

FISIOATIVADOR

Biozyme®

CONSTRUINDO PLANTAS PARA O MÁXIMO DESEMPENHO.

PRODUTIVIDADE

FISIOATIVADOR
Biozyme

UPL



UPL e Lavoro: cada vez mais parceiras no desafio de reimaginar a agricultura

A UPL, uma das quatro maiores empresas de soluções agrícolas do Brasil, tem o privilégio de reimaginar a sustentabilidade e crescer ao lado de parceiros como a Lavoro.

Importante parceira na distribuição, a Lavoro é um exemplo de empresa séria e sustentável, dedicada a cumprir o seu papel na cadeia da produção de alimentos e proporcionar ganhos para os agricultores e toda cadeia produtiva brasileira, com cobertura de mais de 30 milhões de hectares e 40 mil clientes. Temos orgulho desta parceria para levar soluções cada vez mais sustentáveis no Agronegócio e caminhar juntos rumo ao crescimento.

Muito dessa evolução passa pela adoção das biossoluções, reunidas em nossa nova unidade de negócios NPP -Natural Plant Protection (Proteção Natural de Plantas). Essa área é totalmente dedicada a trazer um portfólio voltado a uma agricultura mais sustentável, totalmente ligado ao compromisso de ambas as empresas de reimaginar a sustentabilidade.



Cassiano Bronzatti,

Diretor da Unidade de Negócios
Cerrado Oeste da UPL Brasil



PERITO
PRO 50

SPERTO

DEBRITO
PRO 50

ESPECIALISTAS NA PROTEÇÃO DA SUA LAVOURA

GUARDIÕES DA PRODUTIVIDADE

ALTA EFICIÊNCIA. AÇÃO DE CHOQUE E
LONGO RESIDUAL CONTRA OS SUGADORES DA

SOJA

PROGRAMA COM
**3 MODOS
DE AÇÃO**

BATERIA ANTISSUGADORES:

1ª APLICAÇÃO DE PERITO, 2ª APLICAÇÃO E 3ª (SE FOR NECESSÁRIA) DE SPERTO.

A melhor estratégia para o controle de ninfas e adultos de percevejos:

- Efeito de choque com longo controle residual
- Controle simultâneo de mosca branca
- Combate à resistência



*Somente aplicação terrestre.

FERTILIZANTE
+ K-fol

Proteção e fisiotativação integradas
para maior produtividade

pronutiva[®]
ENCHIMENTO DE GRÃOS

ATENÇÃO

Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e na receita. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade.

CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO.

[@/uplbr](https://www.uplbr.com) [f/brasilupl](https://www.facebook.com/brasilupl) [br.uplonline.com](https://www.br.uplonline.com)



“EU FAÇO PARTE DA GERAÇÃO ON. E VOCÊ, VAI CONTINUAR OFF?”



ATENÇÃO

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

EVOLUTION[®]

O FUNGICIDA COMPLETO COM AÇÃO MULTISSÍTIO
PARA ALTAS PRODUTIVIDADES.



MANCHA-ALVO
OÍDIO
ANTRACNOSE
FERRUGEM
CERCOSPORA
ATIVAR PROTEÇÃO

ARTERIA

Único e Completo. Proteção definitiva contra o complexo de doenças da soja.

Ação multissítio e sistêmica em uma formulação exclusiva, promovendo altas produtividades.

Tecnologia inovadora potencializando o manejo de resistência com praticidade na aplicação.

 /uplbr  /brasilupl upl-ltd.com/br



Agrobiológica Sustentabilidade investirá mais de R\$ 100 milhões em polo tecnológico

Empresa acaba de adquirir um site de 500 mil m², em Itápolis, São Paulo, onde construirá o seu novo centro de pesquisa e desenvolvimento de soluções biológicas para o agronegócio



A Agrobiológica Sustentabilidade, especializada em soluções biológicas para o agronegócio e pertencente à Crop Care Holding, gestora brasileira de empresas de insumos agrícolas, acaba de adquirir um site de 500 mil m², na cidade de Itápolis, em São Paulo.

As metas da companhia, sediada em Leme, no interior paulista, são cons-

truir um novo e moderno centro de pesquisa e desenvolvimento, além de um hub de capacitação profissional, com foco nas demandas do mercado de bioinsumos brasileiro e da América Latina. O investimento de mais de R\$ 100 milhões, gerará o aumento exponencial da capacidade produtiva da empresa, o que ampliará o atendimento a mais de 50 milhões de hectares de cultivo.

Segundo Rafael Garcia, fundador da Agrobiológica Sustentabilidade, o recurso a ser investido será utilizado para criar toda a estrutura necessária para a concepção e a produção de produtos biológicos para os mais diferentes tipos de culturas e na capacitação técnica do time de especialistas, responsáveis por atender a sua rede de distribuidores e, principalmente, os agricultores.

“Inovação sempre foi um pilar muito importante para nós. Agora, com o nosso novo centro de P&D, atuaremos também como uma incubadora de novas tecnologias para o produtor rural, por meio do desenvolvimento e lançamento de novos bioinsumos. Aqui, produziremos as soluções do nosso portfólio, que já são pioneiras no mercado, e continuaremos o desenvolvimento de várias outras tecnologias, que agregarão muito para a agricultura brasileira e de toda América Latina.”, comemora Garcia.

A operação também será responsável pela criação de novos postos de trabalho na cidade de Itápolis, em São Paulo, e entorno, promovendo o avanço econômico da região. A previsão é de que, até 2026, mais de 200 novas vagas sejam criadas.

“Estamos muito felizes com a aquisição deste site, onde a Agrobiológica colocará em prática o sonho planejado de ter, em um só lugar, o maior centro de tecnologia, capacitação e produção de bioinsumos da América Latina”, explica Ezio Costa, CEO da Crop Care.

“Com este tipo de investimento, ganha, principalmente, o produtor rural, que passa a ter uma gama maior de produtos, capazes de elevar e qualificar os seus plantios e colheitas. Além disso, o hub tecnológico trará novos caminhos para a produção de soluções biológicas para as lavouras e, ainda, preparará novos profissionais para os desafios crescentes do agronegócio em todo o mundo”, reitera Costa.

Marcelo Abud, Presidente da Grupo Lavoro, que também controla a Lavoro Distribuição, maior distribuidora de insumos da América Latina e parcei-

“ Inovação sempre foi um pilar muito importante para nós. Agora, com o nosso novo centro de P&D, atuaremos também como uma incubadora de novas tecnologias para o produtor rural, por meio do desenvolvimento e lançamento de novos bioinsumos”.

Rafael Garcia

Fundador da Agrobiológica Sustentabilidade

ra da Agrobiológica Sustentabilidade, avalia que este é um grande salto da empresa, pois a torna não apenas mais produtiva, alinhada aos anseios dos

produtores rurais por insumos mais seguros, mas revela o seu potencial de disseminadora de conhecimento e inovações para todo o segmento. **AR**



Rafael Garcia (Fundador da Agrobiológica Sustentabilidade) e Ezio Costa (CEO da Crop Care).

Uma questão chamada Fertilizantes

Brasil importa muito, produz pouco, mas precisa do mercado internacional eficiente de produtos para fertilização das lavouras



O Brasil é o quarto consumidor global de fertilizantes.

A pesar do ambiente de incerteza que permanece com o conflito entre Rússia e Ucrânia, a ministra da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Tereza Cristina, vem afirmando que o Brasil tem fertilizantes suficientes para o plantio

das safras até outubro próximo. E que o governo federal resolveu trabalhar, desde o ano passado, com alternativas para garantir o suprimento para o setor. “A safrinha de milho aconteceu e o que era necessário em termos de fertilizantes foi garantido. A safra de

verão, que será no fim de setembro e outubro, ainda preocupa, mas também temos do setor privado a confirmação de que há um estoque de passagem suficiente para chegar até lá”, afirma a ministra desde março passado. O Brasil trabalha arduamente na busca de novos

CONSUMO GLOBAL DE FERTILIZANTES

- # Brasil é responsável por 8%
- # É o quarto maior consumidor mundial
- # Os líderes são a China, Índia e os Estados Unidos
- # Compramos US\$ 8,03 bilhões em 2020
- # Importamos 80% de todo o fertilizante usado na produção agrícola
- # No caso do potássio, o percentual é de 95%
- # A Rússia fornece 25% dos fertilizantes para o Brasil

POTÊNCIA RUSSA

- # O país fornece 25% dos fertilizantes para o Brasil
- # Maior exportador mundial de fertilizantes | Vendeu US\$ 7 bilhões em 2020
- # Maior fornecedor do Brasil, com US\$ 1,79 bilhão
- # Responsável por 20% da produção global de fertilizantes potássicos
- # Origem de 28% das importações brasileiras
- # Segundo maior produtor global de nitrogenados
- # Participa com 21% dos nitrogenados comprados pelo Brasil
- # Praticamente o único fornecedor de nitrato de amônio ao Brasil



Tereza Cristina, Ministra da Agricultura.

parceiros nos últimos três meses para compensar a diminuição do recebimento de fertilizantes da Rússia e Bielorrússia. Tereza Cristina garantiu que o Ministério tem um grupo de acompanhamento que conversa constantemente com as indústrias, os produtores, boa parte de logística e infraestrutura. “Temos que ter tranquilidade em todos os momentos e sempre estudar todos os cenários que podem acontecer”, disse. E a ministra pôs o pé na estrada para conseguir alternativas, visitando o Canadá e marcando outros compromissos internacionais. Além disso, a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) estuda alternativas para aumentar a eficiência do plantio com o menor uso de fertilizantes. Também vêm sendo trabalhadas estratégias de fomento e financiamento para aumento da produção de bioinsumos, fertilizantes organominerais, nanotecnologia e agricultura digital. “A agricultura brasileira é forte, vai continuar forte e temos que

dar as alternativas para ela continuar trabalhando”, ressaltou a ministra.

O governo lançou o Plano Nacional de Fertilizantes, elaborado desde o ano passado em parceria com outros ministérios e com a iniciativa privada, para reduzir a dependência do Brasil da importação de fertilizantes. “O Brasil precisa tratar esse assunto como segurança nacional e segurança alimentar. Então, esse Plano, que fizemos lá atrás, há mais de um ano, sem prever nada disso, era que o governo pensava que nós deveríamos ter para que o Brasil, que é uma potência agroalimentar, um plano de pelo menos 50% a 60% de produção própria dos seus fertilizantes”, pontuou Tereza Cristina. O Brasil é o quarto consumidor global de fertilizantes, responsável por cerca de 8% deste volume, e é o maior importador mundial.

O país importa cerca de 80% de todo o fertilizante usado na produção agrícola nacional. No caso do potássio, o percentual importado é de 95%. A Rússia é responsável por fornecer 25% dos fertilizantes para o Brasil. O gigante é o maior exportador mundial de fertilizantes, com praticamente US\$ 7 bilhões exportados em 2020. É, ainda, o maior fornecedor do Brasil, com US\$ 1,79 bilhão dos US\$ 8,03 bilhões que importamos há dois anos. Em relação aos fertilizantes potássicos, a Rússia é responsável por 20% da produção global e é origem de 28% das importações brasileiras. Já para os nitrogenados, o país é o segundo maior produtor global. Como fornecedor para o Brasil, a Rússia participa com 21% dos nitrogenados e, no caso específico do nitrato de amônio, o país é praticamente o único fornecedor para o Brasil (dados da Companhia Nacional de Abastecimento – CONAB).

ANDA: “NÃO HÁ MOTIVO PARA ALARME”

A Associação Nacional para Difusão de Adubos (ANDA) lamenta o conflito entre a Rússia e a Ucrânia e reforça que o Brasil possui estoque de fertilizantes até o fim de junho. E que o volume atual encontra-se acima da média dos anos anteriores. O país importa cerca de nove milhões de toneladas por ano de insumos para fertilizantes do Leste Europeu, 25% de tudo o que compramos no exterior. A ANDA segue atenta ao fornecimento de cloreto de potássio, pois mais de dois milhões de toneladas já estavam comprometidas com as sanções anteriores à Bielorrússia. E a atenção justifica-se, pois três milhões de toneladas de cloreto de potássio têm como origem a Rússia. Outro ponto de atenção refere-se aos fertilizantes nitrogenados, em especial nitrato de amônio, porque o Brasil importa volume expressivo da Rússia. Com relação aos fosfatados, a dependência do Leste Europeu é menor, o que atenua os impactos de abastecimento para a safra atual. A associação ainda informou que, embora existam restrições bancárias que causam insegurança e dificuldades para o fluxo de pagamento, as transações estão sendo realizadas entre empresas privadas. Outra questão é a logística marítima, por conta das restrições que inibem temporariamente o fluxo de navios à região do conflito, acarretando dificuldades para transportar os insumos, como registrado nas operações no Mar Negro. O mercado está buscando soluções para esses cenários. A ANDA reafirma que acredita na diplomacia brasileira e segue seu compromisso em buscar atender à demanda nacional.

Bielorrússia - As exportações de fertilizantes da Bielorrússia para o Brasil foram suspensas em fevereiro deste ano por causa do fechamento dos portos da Lituânia para o escoamento do produto. Desde que soube que a Bielorrússia sofreria sanções econômicas dos Estados Unidos e da União Europeia, o governo brasileiro iniciou a busca de alternativas para suprir a demanda do setor. A própria ministra Tereza Cristina esteve na Rússia em 2021 e no Irã em fevereiro deste ano, negociando o aumento do volume de exportações de fertilizantes para o Brasil. A estatal iraniana National Petrochemical Company (NPC) adiantou que o Irã poderá triplicar as exportações de ureia para o Brasil, chegando a dois milhões de toneladas ao ano. E a ministra ainda viajou para o Canadá a fim de negociar o aumento dos embarques de potássio para o Brasil.



A Rússia fornece 25% dos fertilizantes que o Brasil utiliza no agro.

PRODUÇÃO PRÓPRIA

“O Brasil já produziu muito mais minerais e elementos necessários para a fabricação de fertilizantes. Inclusive com fábricas administradas pelo Sistema Petrobrás. Mas os desafios globais acabaram se impondo. O país se transformou no terceiro maior produtor do Agro mundial em trinta anos. E virou um grande comprador. O solo nacional não possui grandes jazidas de Potássio e Fósforo. E muito menos o gás necessário para a formulação de Nitrogênio. Para piorar, nosso modelo de produção sempre foi pouquíssimo competitivo com a oferta dos maiores competidores internacionais. A estatal de energia brasileira abriu mão de três empresas por necessidade e não por incompetência. Os concorrentes fazem melhor e mais barato por tradição, geologia e know how. Há gente que fala sobre nossas reservas de potássio na Amazônia e também de recursos minerais em terras indígenas. E esse pessoal está coberto de razão. Mas sabe quando o Governo Federal vai conseguir implantar uma seara industrial moderna nestas regiões, por mais sustentável que seja? Nunca. A União vai ser massacrada por empresas de comunicação, partidos de oposição, ambientalistas financiados por grupos estrangeiros e ecologistas de ocasião. Qual a solução final? Bom, não existe resposta definitiva para problemas complexos. O mundo moderno econômico traz riqueza e prosperidade, mas requer dinâmicas contínuas. Mesmo que não houvesse guerras entre nações. O Brasil vai conseguir produzir sequer metade dos fertilizantes de que necessita? Certamente que não. Por vários motivos. Não temos minerais suficientes. Nem cadeia produtiva competitiva com o mercado internacional. Não conseguiremos nem usar o que possuímos sob o solo por causa do boicote dos inimigos do Governo Federal. Isto é o fim do mundo? Não. Seguiremos produzindo artigos agropecuários sem parar porque o mundo precisa. A guerra entre russos e ucranianos não vai durar para sempre. Nossa ministra do MAPA é extremamente competente e vai conseguir conjugar um aumento mínimo na produção nacional de fertilizantes com o abastecimento contínuo por parte de fornecedores novos e tradicionais no mercado. Com o tempo, não há chances de os pessimistas vencerem o trabalho e a competência dos agentes do mercado capitalista internacional”.

Ulisses Riba

CropLife Brasil é capacitação em defensivos

Entidade investe no treinamento de produtores rurais e aplicadores de defensivos agrícolas

“O programa promoverá a educação profissionalizante no campo e atenderá as exigências do Decreto Nº 10.833 de 2021, que tornou obrigatórios a capacitação e o registro de aplicadores de defensivos agrícolas em todo o território nacional”.


Christian Lohbauer,
Presidente Executivo da CropLife Brasil



O uso de defensivos agrícolas, biológicos ou químicos, é essencial para a proteção das lavouras, ajudando a evitar prejuízos e o desperdício de alimentos. Mas, para que estes produtos possam ser empregados com total segurança e possam trazer benefícios a toda a sociedade, é necessário que o conhecimento técnico seja difundido de forma eficaz entre os produtores rurais e aplicadores. Desde 2019, a CropLife Brasil (CLB) vem investindo em treinamentos para este público, em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar), entidade que atua na educação profissional de agricultores e trabalhadores rurais em todo o Brasil.

Agora, a CLB marca presença no Programa de Habilitação de Agricultores e Aplicadores de Defensivos Agrícolas (Aplicador Legal). Recém-lançada pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), a iniciativa conta ainda com o apoio do Senar e do Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Defesa Vegetal (Sindiveg). O programa promoverá a educação profissionalizante no campo e atenderá as exigências do Decreto Nº 10.833 de 2021, que tornou obrigatórios a capacitação e o registro de aplicadores de defensivos agrícolas em todo o território nacional. Serão beneficiadas todas as regiões

agrícolas do Brasil, incluindo as de agricultura familiar. Tecnologia de aplicação, assim como cuidados na inspeção, manutenção e limpeza dos pulverizadores, estão entre os temas que serão abordados.

Somente com a evolução dos programas de educação profissionalizante, ou seja, a incorporação de tecnologias modernas, como os defensivos agrícolas biológicos e químicos, sementes certificadas, biotecnologia, agricultura digital e boas práticas agronômicas, será possível melhorar a competitividade e manter o Brasil como um dos principais protagonistas do agronegócio mundial. 

Exportação embalou saúde animal em 2021

Sindicato Nacional do setor cresceu 18% e deve avançar outros 12% em 2022



A saúde animal tem sido um pilar importante para a sustentabilidade de diversos setores, desde a agropecuária até o mercado pet. Tanto que o segmento registrou um crescimento de 18% no ano passado, de acordo com os dados do Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Saúde Animal (Sindan). A pandemia do coronavírus aumentou a demanda externa por proteína, o que aqueceu o setor, enquanto a crise econômica e a alta nos preços afetavam o Brasil e direcionavam o consumo interno para tipos mais variados de carnes. Estimativas anteriores previam uma média de alta de apenas 8,4%. O Sindan aponta alguns aspectos que contribuiram para esse

aumento expressivo. Os principais são a alta das exportações, principalmente em carne bovina e suínos, crescimento na demanda por proteína, melhora na produtividade do setor agropecuário, aumento no número de adoção de pets e relações mais próximas entre os animais de companhia e os tutores, o que intensificou o cuidado.

“Quase todos os importadores da carne do Brasil aumentaram suas demandas. Somando isso a uma busca maior por eficiência na produção agropecuária e um movimento do mercado de valorização do bem-estar dos animais, isso rendeu um crescimento expressivo no setor. Além disso, temos visto uma

grande movimentação no setor pet. Com o aumento no número de animais de companhia nos lares brasileiros, os tutores começaram a investir mais na saúde e no bem-estar dos animais, movimentando o mercado”, analisou Emilio Salani, vice-presidente executivo do Sindan. Para 2022, a expectativa é de um crescimento um pouco menor, embora acima da média histórica do segmento de saúde animal. Entre os motivos apontados pelo Sindan estão o crescimento mais moderado das exportações, a alta nos custos com insumos, que podem impactar os preços dos produtos, e o arrefecimento do mercado pet. As projeções para 2022 são de crescimento em torno de 12%.



PROJEÇÃO DA INDÚSTRIA VETERINÁRIA EM 2022

BOVINOS

Crescimento de 10,5% para animais sem aftosa. Virada do ciclo da pecuária, com pressão no preço da

aroba. Repasse dos preços dos laboratórios por conta dos insumos. Aumento de pressões ambientais. Possíveis embargos por motivações políticas. Baixo crescimento em exportação e diminuição do mercado de aftosa.

AVES

Crescimento de 9,9%. Aumento nos custos de produção. Mercado interno aquecido para ovos e carne de frango. Manutenção de preços elevados.

SUÍNOS

Crescimento de 13,3%. Retomada do plantel de suínos da China. Diminuição de exportações. Alta demanda por vacina e mais medicamentos. Queda no uso de antimicrobianos e uso maior de aditivos de performance.

EQUINOS

Crescimento de 9%. Necessidade de importar outras fontes de proteína e crescimento linear, sem eventos particulares.



PETS

Crescimento de 16,5%. Estabilização da curva de crescimento. Mercado continua aquecido, estimulado pelo isolamento social. Aumento de preços e chegada de novos produtos. Cuidados mais especializados e aumento de medicalização. **AR**



SINDAN

Fundado em 1966

Congrega 91 empresas responsáveis por 90% do mercado brasileiro de medicamentos veterinários

Representa as indústrias de saúde animal perante os órgãos oficiais


Produz estudos, coordena campanhas sanitárias e educativas

Promove comunicação e defesa da reputação do setor

Botupharma é suplementação de cavalos de competição

Alimentação equilibrada e rotina de exercícios físicos garantem animais com maior qualidade de vida e melhor performance reprodutiva e atlética. Porém, geralmente as pastagens são deficientes em vitaminas e nutrientes essenciais. E as necessidades nutricionais dos cavalos não são as mesmas durante toda a vida. Potros, fase de crescimento e desenvolvimento. E os animais de alta performance esportiva

precisam receber a suplementação adequada para auxiliar no desenvolvimento muscular, na resistência e recuperação da fadiga muscular. A Botupharma possui uma linha completa e diversificada de soluções. Neonato, Artroplus Premium, Marathon, Garanhão Plus e Reprodutora. “É importante acompanhar a saúde do cavalo desde as primeiras horas do nascimento. Entender as principais necessidades nutricionais, de

acordo com o nível de atividade física. E sempre seguir a recomendação de um especialista para saber qual é o suplemento mais indicado”, orienta a médica veterinária da Botupharma, Bruna Fabro. 




Corteva Agriscience lança Zorvec® para diversos HF's



Zorvec Entido.

A Linha Hortifrúti da Corteva Agriscience reforça seu portfólio e atuação no lançando uma nova geração de fungicidas, a Geração Z, com

uma molécula exclusiva e inovadora, a Tecnologia Zorvec®. Para revolucionar o mercado, elevando o patamar de controle das doenças mais destrutivas do universo de hortifrúti. Zorvec® Entido® tem foco na cultura da batata e possui como alvo a requeima, principal doença da cultura. A batata é uma das principais culturas agrícolas do planeta e possui grande importância socioeconômica. O Brasil produz cerca de 4,1 milhões de toneladas por ano. Já o Zorvec® Encantia® possui foco na cultura do tomate e versatilidade para outros 17 cultivos de hortifrúti, como uva,

melão, melancia e folhosas. É indicado para o controle da requeima, doença altamente agressiva na cultura do tomate e capaz de prejudicar lavouras inteiras em poucos dias. Assim como do míldio em diversas culturas, que causa queda prematura das folhas, destruição de flores e frutos. “O lançamento de Zorvec® é muito importante para a Corteva. Foram mais de 10 anos de pesquisa. É o melhor controle de oomicetos (míldios e requeimas) já visto no segmento”, garante Tainá Sipos, Líder de Portfólio da Linha Hortifrúti da Corteva Agriscience. 

DSM lança tem nova geração de fitase para aves e suínos

A DSM, empresa global baseada em saúde, nutrição e biociência, lança HiPhorius™, a nova geração de fitase para aves e suínos. A enzima oferece melhorias consistentes no desempenho animal através da utilização eficiente de fósforo. Graças a sua tecnologia, a novidade garante maior digestibilidade deste elemento químico pelos animais, permitindo uma redução signifi-


cativa no uso de fosfatos inorgânicos e,consequentemente, no custo da ração aos produtores avícolas e suínos, ao mesmo tempo em que viabiliza uma produção mais lucrativa e sustentável. Desenvolvida em parceria com a Novozymes,HiPhorius™ oferece mais usando menos ração, e eleva o padrão de mercado para a tecnologia de fitase devido a sua eficiência e termoestabilidade aprimorada. 



Imagem Ilustrativa de HiPhorius.

Netafim apresenta três novos produtos

A israelense Netafim, empresa pioneira e líder em irrigação por gotejamento, anuncia o lançamento de 3 novos produtos. São Hidrômetros e Válvulas de ar ventosa e antivácuo, que podem ser aplicados para todos os projetos de irrigação em geral. Gotejamento, aspersão e microaspersão são alguns exemplos. O lançamento é uma parceria com o grupo Aquestia, que engloba as empresas Dorot (Israel), ARI (Israel) e OCV (Estados Unidos). Além da oferta de produtos de alta qualidade, o mercado

recebe uma opção com um preço extremamente competitivo tanto para projetos quanto para o mercado de varejo. Hoje, a Netafim Brasil tem contrato de exclusividade com a Dorot. “Somos distribuidor exclusivo da linha deles e temos portas abertas para desenvolver uma parceria quanto a suporte técnico, de aplicação a produtos, testes de bancadas, regulagens de válvulas, medições de hidrômetros etc. A nossa expectativa é muito alta em relação aos novos produtos. A aposta é de crescimento no volume de ven-

das no nicho de válvulas e acessórios. Principalmente com a nova iniciativa de venda de varejo”, disse Ettore Vanzetti, gerente de produtos da Netafim. **AR**



Lançamento: uma parceria Netafim e Grupo Aquestia.

AURAS® protege a lavoura do calor



O bioinsumo AURAS®, uma tecnologia da Embrapa em parceria com a NOOA Ciência e Tecnologia Agrícola, é uma solução inovadora, que tem como base a rizobactéria *Bacillus aryabhatai* CMAA 1363, e confere às plantas a capacidade de tolerar os estresses abióticos, como longos períodos de estiagem e altas temperaturas. Glauco Bahia, Diretor de Desenvolvimento de Produtos da NOOA, observa que o AURAS® estimula a produção de um sistema radicular mais ativo, com maior volume de radicelas, e profundo, pro-

porcionando maior absorção de água. “Com o AURAS®, o aproveitamento da água e sua absorção são maximizados, possibilitando à planta um melhor controle da temperatura foliar e, consequentemente, uma redução do estresse térmico, em comparação com as lavouras que não utilizam a solução da NOOA”. Fundada em 2016 e com sede em Patos de Minas (MG), a NOOA é uma empresa brasileira que nasceu e se desenvolveu a partir de soluções e tecnologias biológicas, com intuito de produzir e comercializar produtos biológicos. **AR**

Solução Ourofino Agrociência para ácaros

Nas plantações afetadas pelo ácaro-da-leprose (*Brevipalpus phoenicis*), é comum ocorrer a queda prematura de folhas e frutos, assim como a depreciação destes e a redução considerável da vida útil de pomares e cafezais. Segundo Lenisson Carvalho, gerente de marketing de grandes culturas da Ourofino Agrociência, a redução de produtividade pode chegar a 70%. Contra os problemas relatados, a empresa lança o Esteio, acaricida capaz de quebrar o ciclo de vida desse e de

outros ácaros com apenas uma única aplicação. “Além de oferecer um período de controle maior, é um produto seletivo aos inimigos naturais e uma excelente ferramenta de resistência para o Manejo Integrado de Pragas (MIP)”, explica. Carvalho ainda pontua que um dos pontos de destaque do novo produto é que ele atua em todas as fases de desenvolvimento da praga. Indicado para as culturas de café, citros e tomate, o Esteio também pode ser adotado para o controle de outros tipos de ácaros. **AR**



Ourofino Agrociência lança Esteio.

Brasil sustentável vai alimentar o mundo

Evento organizado pela Associação Brasileira das Indústrias de Suplementos Minerais consagra os motores da Nova Pecuária: Tecnologia, Nutrição, Novos Consumidores e Sustentabilidade

“ O Agro não parou e não pode parar. Há uma pandemia e um conflito militar, que mexem com os nervos de todo mundo, mas o segmento avançou firme em dois anos. E tem mais pela frente”.

Juliano Sabella,
Presidente da ASBRAM



Foram mais de dois anos de uma espera forçada pela pandemia da Covid-19, mas o auditório repleto de executivos e profissionais ligados à suplementação nutricional dos rebanhos brasileiros em Campinas (SP), no Hotel Royal Palm Plaza & Resort, duran-

te dois dias, comprovou que o Agrogócio do país avança como nunca e entrega todos os atributos exigidos pela sociedade moderna. Tecnologia em Nutrição Animal, Intensificação, Produção de Alimentos de Qualidade e cuidado máximo com o Meio Ambiente

e as Pessoas. “O setor de suplementação mineral cresceu, abriu 2022 vendendo acima do ano passado e ainda há a metade do rebanho bovino para mineralizar as dietas. A importância da suplementação hoje é maior ainda, pois ajuda a usar menos terras para



Espaço lotado no Hotel Royal Palm Plaza - Resort, em Campinas (SP).

produzir mais carnes. Estamos otimistas. A China voltou a comprar nossa carne bovina, o Canadá abriu o mercado e a arroba permanece valorizada. São dados extremamente positivos para o setor”, comemorou Juliano Sabella, Presidente da ASBRAM, entidade que organizou o 12º Simpósio Nacional da Indústria de Suplementos Minerais, nos dias 17 e 18 de março.

O Simpósio debateu o tema ‘O Brasil sustentável – Pronto para alimentar o Mundo’, avaliando os desafios do segmento e da economia brasileira, aperfeiçoando a campanha para uso correto dos minerais nas fazendas, debatendo a necessidade de fortalecer a Comunicação no Agronegócio, a sustentabilidade das áreas, dos negócios e da sociedade. E começou com a boa notícia de que a venda de suplementos minerais cresceu 5% em fevereiro sobre o mesmo mês do ano passado. Anunciada pelo especialista e professor da Área de Agronegócios da Fundação Getúlio Vargas, Felipe Cauê Serigatti. Foram 173 mil toneladas comercializadas e 65 milhões de cabeças suplementadas no mês, 7,2% acima do mesmo período de 2021. Ainda na

abertura, Daniel Moreira Arruda Guidolin, que comandou a ASBRAM nos dois últimos anos, prestou contas de sua gestão e defendeu a diminuição da carga tributária sobre a produção de suplementos. “Só pleiteamos os mesmos benefícios de outros setores da cadeia produtiva de alimentos. Afinal, os suplementos minerais também dão origem a alimentos, como carne bovina e leite”, defendeu. A mesma linha apoiada por Renato Saleme, Diretor de Vendas da Mosaic Fertilizantes. “Apostamos na nutrição animal, estamos ao lado da ASBRAM e vamos continuar investindo sem parar na atividade. Ampliamos a capacidade da nossa mina de Cajati (SP), abrimos um porto de expedição em Rondonópolis (MT), lançamos nossa loja on-line e novas linhas de fertilizantes para a Pecuária de Corte e Leite. Sempre aprofundando a agenda de Sustentabilidade, compartilhando as Boas Práticas ao lado da ASBRAM”, assegurou.

O tema ganhou novos reforços ao longo do evento. A Diretora do Departamento de Produção Sustentável e Irrigação da Secretaria de Inovação, Desenvolvimento Sustentável e Irrigação

do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Fabiana Villa Alves, destacou os trabalhos realizados nos últimos doze anos no sentido da pecuária de baixa emissão de carbono com desenvolvimento territorial sustentável. “Não existe no mundo um Agro tão sustentável como o nosso. Ninguém tem planos que mirem a mitigação de problemas ambientais como nosso país. Já atingimos 52 milhões de hectares cultivados com algum mecanismo do plano da Agricultura de Baixo Carbono (ABC). Somos signatários do Acordo Mundial de Metano. E temos metas audaciosas para 2030. São inúmeras ações. Integração, tratamento de dejetos, confinamento de rebanhos, terminação intensiva, recuperação de 30 milhões de pastagens degradadas, investimento em plantio direto, bioinsumos, tratamento de resíduos agropecuários e das águas. Temos a clareza de que produzir e conversar é possível”, resumiu.



O economista Ricardo Amorim.



Alysson Paolinelli e Ivan Wedekin.

Outra mensagem positiva veio do economista Ricardo Amorim, mas que fez alertas sobre os problemas que merecem atenção do Brasil. "A inflação é um problema que sempre exige cuidado. Até porque está assustando o mundo inteiro. E, internamente, o ano é muito instável por causa das eleições presidenciais. Ao mesmo tempo, o dólar vem caindo muito no Brasil e a evolução do crédito favorece negócios como o Agro. Não se enganem. O mundo precisa de alimentos. Essencialmente a Ásia, com destaque para China e Índia. E ninguém está tão bem posicionado em proteínas animais, produtos de energia e commodities em geral como o Brasil", assegurou. Uma postura que teve a adesão de dois nomes tarimbados do Agro nas últimas décadas. "Geralmente, as decisões no mundo giram em torno de política, armas, fronteiras e petróleo. Mas o alimento permanece sendo vital para a humanidade. O Brasil vai dominar o mundo pelo alimento. E preço, qualidade e oferta serão os três ativos mais requisitados pelo Mercado", advertiu o ex-ministro da Agricultura, Alysson Paolinelli. "Tanto é que, hoje, a família

brasileira gasta mais com transporte do que com alimentação", emendou Ivan Wedekin, ex-Secretário de Política Agrícola do Ministério.

Os representantes do setor também debateram os maiores desafios do país. Eles defendem a diminuição e isenção de vários impostos em benefício da tecnificação dos pequenos produtores de carne bovina e leite. "Estamos elaborando um documento para levar ao Governo Federal e aos Congressistas, que comprovam com dados os benefícios sociais que viriam com a maior produtividade destes empreendedores menores", reforçou Juliano Sabella. Sem falar de temas espinhosos como Imagem e Seres Humanos. "A sociedade está passando por profundas transformações humanas, tecnológicas, profissionais e pessoais. Hoje, o grande ser humano é aquele que aprende, aprende e torna a querer aprender mais. E procura preencher os vazios que todos têm com perseverança e empatia. Seremos salvos pelas nossas humanidades e os novos gestores precisam ter essa postura", cravou a professora Maria Flávia, jornalista e especialista

em Gestão Social, Educação, Desenvolvimento Local e Administração. "Nós somos o celeiro do mundo, mas temos que cuidar melhor da nossa imagem diante dos outros países. É só mostrarmos o que fazemos com tecnologia, biologia, lavouras de pastagens, integrações, recuperação de áreas e uma atuação maravilhosa da iniciativa privada e dos criadores. A bola do Agro está na marca do pênalti. É só chutarmos", brincou Alysson Paolinelli. "Comunicação é o que o outro entende e não o que queremos dizer. Exige rotina e ação combinada entre as entidades de cada setor. Os executivos das corporações do Agrogêcio colocam a sustentabilidade como ponto central nas tomadas de decisão dos negócios, mas muita gente ainda liga o agro ao desmatamento, à poluição e aos maus tratos com os animais. A narrativa do segmento precisa ser ajustada e otimizada. De olho nas novas gerações, que percebem a alimentação de uma forma cada vez mais transformadora, na frente das gôndolas dos su-



Gustavo Resende Siqueira, Pesquisador da APTA Colina e 'Prêmio Excelência ASBRAM'.



Elizabeth Chagas, Vice-Presidente Executiva da ASBRAM.

permercados. E o próprio Varejo vai pressionar os produtores e indústrias a só comercializarem artigos comprovadamente sustentáveis”, aconselhou Renato Meirelles, Presidente do Instituto de Pesquisa Locomotiva, fundador do Data Favela e um dos maiores especialistas em consumo das famílias brasileiras.

Um tradicional momento em todas as edições do Simpósio foi a entrega do 'Prêmio Excelência ASBRAM'

ao pesquisador Gustavo Resende Siqueira, da Agência Paulista de Tecnologia dos Agronegócios (APTA) de Colina (SP). Gustavo é Zootecnista, professor e especializado em Avaliação, Produção e Conservação de Forragens e Produção Animal. “Todas as pesquisas são importantes, geram conhecimento. Mas nossa opção foi atuar em pesquisas para que os resultados fossem aplicados pelo produtor da forma mais rápida possível. Até no dia seguinte. E também optamos por atuar ao lado da iniciativa privada. Agradeço a todas as pessoas desse importante setor. É gente que conhecemos há muito tempo. E que pensa como eu. A pecuária brasileira é boa, sustentável e vai dar certo”, agradeceu o pesquisador ao lado da mulher e dos filhos.

Os dirigentes da Asbram encerraram o encontro satisfeitos com os resultados do Simpósio. “É maravilhoso ver uma casa cheia assim. Quero agradecer a todos os ex-presidentes. A ASBRAM é um projeto de vida, de que o Brasil precisa. Estamos construindo o futuro. É só continuarmos o nosso caminho”, falou Elizabeth Chagas, Vice-Presidente Executi-



Daniel Guidolin, ex-Presidente da ASBRAM.

va da entidade. “A suplementação mineral ajuda na diminuição das emissões dos gases poluentes. O nosso desafio permanece o mesmo: alimentar o Brasil, o mundo e preservar”, arrematou Juliano Sabella. “Nosso mercado é ótimo porque é o do alimento. Mas precisamos nos comunicar melhor com o consumidor final para ele saber como nos preocupamos com o Bem-Estar Animal, as pessoas e o Meio Ambiente”, ponderou Daniel Guidolin. **AR**



Transformação financeira e digital são alavancas do crescimento

É uma jornada com conquistas imediatas e que requer alta capacidade de adaptação

Maurício Quintella, COO da Traive

Existe um insumo essencial na agricultura que muitas vezes é tratado como se não fosse. No dicionário insumo tem como definição: um dos elementos essenciais para produção de um determinado produto ou serviço. Em uma atividade com ciclos longos, intensos em necessidade de capital e expostos às condições climáticas, o crédito deve ser considerado e tratado como insumo essencial deste setor por quem deseja prosperar nele.

Se disponível no momento certo, ele possibilita aos agricultores intensificar seus pacotes tecnológicos mitigando riscos de clima e doenças, ampliar sua capacidade de estoque reduzindo sua exposição as oscilações de preços, e principalmente possibilita tomadas de decisões mais racionais visando um futuro melhor da sua atividade e propriedade. Dentro da cadeia de insumos agrícolas, o crédito é essencial na oferta de serviços e produtos, principalmente em ambientes cada vez mais pressionados pela competição. E claro, assim como é importante ter uma oferta diversificada de insumos agrícolas, é importante oferecer o recurso financeiro adequado para um bom progresso e relacionamento com seus clientes, justamente os produtores rurais.

A importância deste insumo não é novidade para as empresas de defensivos, fertilizantes, sementes, tradings, além de cooperativas e revendas, especialmente no Brasil. Foi justamente a demanda reprimida de crédito que propiciou e mol-

dou a formação de um modelo de negócio único na operação destas empresas no Brasil. Algo como 40% do crédito de insumos agrícola passou a ser financiado por essas empresas movimentando em torno de R\$ 70 bilhões por ano.

Isso nos traz confiança de que podemos enfrentar o cenário de crescimento avassalador nos custos agrícolas atingindo a incrível marca de 60% neste último ano. Mas, as respostas dadas até aqui não serão suficientes e novas soluções terão que ser criadas sem perdermos a aspectos essenciais para esse setor, como o relacionamento e a inovação.

MUNDO NOVO

A inovação tecnológica é algo que sempre teve muito espaço na agricultura mesmo sendo uma atividade de ciclos longos que traz complexidades para novos experimentos. Um grande exemplo disso é a tecnologia embarcada em insumos ligados à produção. Quando ouço sobre o perfil conservador e avesso a mudanças do setor sempre lembro de exemplos que contradizem essa teoria. Um deles é o surgimento da varietal “Mundo Novo” e seu impacto na cultura cafeeira. Desenvolvido pelo Instituto Agrônomo de Campinas (IAC) na década de 50, essa varietal com grande poder de adaptabilidade possibilitou em grande parte a atividade cafeeira no cerrado mineiro. Com investimento inicial altíssimo que a cultura do café exige, e um período de pelo menos três anos para se consolidar uma produção, não parece ser óbvio para um produtor

apostar em uma nova tecnologia destas. Esse é um dos exemplos, existem centenas de outros que ajudam a comprovar que o setor é muito aberto a inovação e continuará sendo.

NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS

O mercado financeiro está passando por uma grande agenda de transformação onde os modelos tradicionais de bancos não detêm mais o monopólio dos serviços financeiros. Tais ações estão agora também com as empresas que protagonizam um papel mais relevante na relação final com o consumidor. E isso vai da companhia que construiu uma experiência de delivery nos grandes centros até academias de ginástica e empresas de transporte - todos querem ser protagonistas desta revolução financeira.

O tal “modelo de relacionamento” entre os agentes de cada setor deve ser o caminho destas transformações. Mesmo com importante aumento do uso tecnológico no campo, o aspecto relacional e de confiança continua sendo protagonista. A mesma que foi adquirida e protagonizada por esse modelo vencedor praticado pela cadeia de insumo e comercialização de grão responsável por cerca 40% do crédito de custeio no Brasil.

CONECTANDO OS PONTOS

A essência de tudo e a forma de viabilizarmos uma transformação digital financeira para o setor deve ser pensada em razão dos desafios e não da tecnologia. Para que a oferta de crédito seja adequada, faz sentido pensarmos nas conexões entre os

agentes desse mercado e quais lacunas precisam ser preenchidas para isso acontecer. As conexões em rede entre as empresas desse ecossistema como investidores e seus diferentes perfis, instituições mercantis como revendas e cooperativas, a indústria de insumos e o produtor rural são essenciais para uma boa experiência. A lacuna é justamente a padronização e a organização dos processos de crédito, com isso, a boa gestão de dados passa a ser essencial e capaz de construir uma grande diferenciação nesta disputa pela boa experiência com nossos clientes.

A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL É UMA JORNADA

Muitas vezes nos antecipamos a uma visão repetida de experiências passadas que nos leva a estipular uma jornada de transformação digital de começo, meio e fim. Isso justamente pode inibir o que estamos buscando com inovação, que é uma constante busca por melhorias e quebras de paradigmas.

Recentemente, empresas digitalizaram seus processos de formalização e iniciaram os registros de suas Cédulas do Produtor Rural (CPRs). Isso pode ser encarado como um pequeno marco de digitalização processual, mas é parte essencial para uma mudança mais profunda no entendimento do risco do setor e conseqüentemente da experiência de venda.

Outro exemplo, os scores de risco produzidos pela Traive, que são desenvolvidos através de algoritmos de inteligência artificial capturando milhares de pontos de dados e estatisticamente qualificando o risco no nível de um produtor ou de uma carteira. A princípio parecem ser apenas pontos de dados adicionais para suportar uma decisão com mais clareza, mas também possibilita um grande salto de crescimento trazendo automação nas decisões e escalabilidade. Isso

impacta diretamente na experiência do cliente e abre a possibilidade de desenvolver vendas em diferentes canais como os desafiadores e-commerce para o agronegócio.

Para que tudo aconteça na rede, é necessário concentrar nossos esforços na unificação dos canais de dados e informações e promover conexão entre sistemas legado como ERPs, CRMs em modelos de plataforma aberta. Tudo isso sempre focado em usar da melhor forma a experiência conquistada como dados de relacionamento e histórico com clientes – todos, combinados com o que o Novo Mundo pode nos proporcionar.

PROCESSO X BUROCRACIA

Inovação processual é extremamente poderosa e sem ela não conseguimos medir nossa eficiência, buscar as constantes melhorias e ganhar escala em nossos negócios. Porém, processo sem simplificação e objetividade acaba virando burocracia. A digitalização nas tomadas de decisão de crédito e a possibilidade de gestão destes processos são fundamentais, pois criamos simplificação e visibilidade.

Veja como exemplo uma simples relação entre um time comercial e os times de crédito de uma revenda agrícola. Uma esteira padronizada de decisões e uma maior visibilidade do processo pode ser transformacional na experiência de um cliente e na capacidade de enxergar oportunidades de venda para um consultor de vendas nessas empresas. Isso não impacta apenas as relações internas, mas também com possíveis parceiros como fornecedores e agentes financeiros que conseguem ter uma visão mais qualificada de toda a jornada e conseqüentemente uma melhor análise de risco. Aqui nesse exemplo os

objetivos de termos processos digitais ficaram bem claros, são eles: crescimento de vendas e maior acesso a capital. Essa clareza é fundamental para não cairmos na armadilha da burocracia corporativa.

A ESSÊNCIA DO PODER NÃO PODE SER DEIXADA DE LADO

Por fim, até agora os distribuidores agrícolas foram protagonistas na história da nossa agricultura. Vivemos em um mundo de constante mudança e muita competição em tudo o que fazemos. A essência do bom relacionamento e da boa experiência com clientes traz a necessidade de entregarmos diversidade e criatividade em nossas ofertas. É preciso usar os dados como um ativo poderoso nesse jogo do relacionamento, somado a ele, inteligência externa que juntos reduzem o tempo e os custos transacionais dos negócios, mas principalmente, trazem insights únicos sobre nossos clientes para melhor atendê-los.

Além disso, a digitalização dos processos nos conecta com nossos fornecedores de insumos, seja ele agrícola ou financeiro, e com plataformas de vendas digitais. Para que tudo isso aconteça, o insumo/crédito precisa fazer parte do pacote tecnológico oferecido ao produtor. É uma jornada com conquistas imediatas e que requer alta capacidade de adaptação. Bem-vindo ao “Mundo Novo” e mãos à obra. **AR**



Maurício Quintella, COO da Traive.

Essere Group anuncia a aquisição da Ruralvit Biotech

A aquisição integra um planejamento alinhado ao crescimento exponencial do mercado de biológicos no Brasil e torna a Bionat, empresa do Grupo especializada em defensivos biológicos, uma empresa completa, com capacidade produtiva de biológicos à base de vírus, fungos e bactérias



O Essere Group, holding do agro nacional, anuncia a aquisição da Ruralvit Biotech, empresa com grande know-how na produção de tecnologias à base de vírus.

Antonio Carlos de Gissi Jr., CEO do Essere Group, diz que a compra da nova empresa irá complementar o portfólio da Bionat, e passará a fornecer ao mercado biológicos à base de fungos, bactérias e vírus. “Planejamos entregar

a melhor solução ao mercado para avançarmos mais e mais ações neste segmento”, celebra. Ainda de acordo com o CEO a linha de produção da Ruralvit Biotech passará por uma modernização e automatização para uma produção em grande escala. “Almejamos triplicar a produção dos defensivos à base de vírus”, destaca.

Luiz Fernando Schmitt, Diretor de Marketing e Novos Negócios no Grupo, revela

que serão realizados investimentos já em 2022 para ampliar a capacidade produtiva da linha de vírus, modernizar a fábrica, permitindo, inclusive, a maior oferta de tecnologias para o controle da lagarta do cartucho (*Spodoptera frugiperda*), que é uma praga que atinge fortemente as culturas do milho, soja e algodão. “O controle da lagarta do cartucho é uma das grandes necessidades do agricultor hoje, visando manter o potencial de produção das culturas”, pontua Schmitt.

Outro ponto relevante diz respeito ao potencial do mercado de biológicos à base de vírus. Schmitt explica: “Hoje o nível de adoção das tecnologias de biológicos para o controle da lagarta do cartucho ocupa um nível de cerca de 15% sobre o mercado total e é preciso atingir um nível de adoção maior, em conjunto com as tecnologias à base de defensivos químicos, melhorando o mecanismo de controle e entregando mais desempenho ao produtor. Estima-se em um futuro próximo que esse mercado consiga chegar a níveis de adoção de 50% de uso de defensivos biológicos a base de vírus para o controle do complexo de Spodoptera, isso significará um mercado potencial na ordem de R\$ 800 milhões, prevê.

DADOS DO MERCADO DE BIOLÓGICOS

Em termos de adoção em áreas abertas e grandes culturas, o Brasil é um dos maiores mercados em se tratando de aplicação de microrganismos nessas áreas. Para se ter uma ideia da força do mercado de biológicos, há previsão de que esse mercado crescerá, em média, 35% ao ano até 2025; e 25% até 2030.

Até 2020, segundo pesquisas com base na indústria, houve um faturamento na ordem de R\$ 1,179 bilhão; e, no Brasil há hoje, mais de 100 empresas com registros de produtos biológicos ativos. (Fonte: CropLife Brasil).

A ESSERE GROUP REÚNE AS SEGUINTE EMPRESAS:

BIONAT SOLUÇÕES BIOLÓGICAS

Criada em 2019, a BIONAT conta com uma equipe de profissionais altamente qualificada, pautada pelo desenvolvimento, produção e comercialização de novas tecnologias para levar inovação

ao campo e melhorar a produtividade, sem agredir o meio ambiente.

É referência em soluções para o manejo integrado de pragas e fitopatógenos, e a primeira empresa exclusiva de defensivos biológicos, genuinamente nacional, a receber a certificação ISO 14001:2015. A Bionat atua nos segmentos de Bio Fungicidas, Bio Inseticidas, Bio Nematicidas e Inoculantes.

FLOEMA LOGÍSTICA

Criada em 2019, a FLOEMA LOGÍSTICA atende exclusivamente a demanda do Essere Group, desempenhando um papel muito estratégico: conectar as pontas da cadeia produtiva, cumprindo a função de entregar as soluções certas, no momento certo, e com a conservação da melhor qualidade. Conta com também com transporte refrigerado, o que é bastante importante na cadeia logística dos produtos biológicos.

KIMBERLIT AGROCIÊNCIAS


Criada em 1989, a Kimberlit Agrociências nasceu com a missão de criar as melhores soluções em nutrição e fisiologia de plantas, entendendo as reais

dores e necessidades dos agricultores e pecuaristas de todo o Brasil. Apoiada pelo sistema de gestão de qualidade, ISO 9001, desde 2005, a Kimberlit investe constantemente em P&D de novos produtos que oferecem alto desempenho no campo.

É uma das maiores empresas de fertilizantes do país, uma das melhores para se trabalhar e uma das que mais contribuem para o sucesso dos verdadeiros protagonistas dessa história: os produtores rurais. Atua nos segmentos de Bioestimulantes, Nutrição especializada, Saúde vegetal e Tecnologia de aplicação.

LOYDER BRASIL

Fundada em 2007, a Loyder tem como foco o desenvolvimento de fertilizantes inteligentes para aplicação via solo, que entregam alta performance em produtividade, através do aumento da eficiência e aplicação de tecnologias inovadoras.

São soluções que visam aumentar a disponibilidade dos nutrientes para as plantas, de acordo com a necessidade das lavouras. É inovação, é Loyder. A Loyder atua no segmento de fertilizantes NPK's. 



Agronegócio em 2022!

Setor está animado, mesmo com desafios, e aposta nos investimentos em certificados e fiagros



As perspectivas para o Agronegócio do Brasil em 2022 são otimistas, mas com desafios que podem causar problemas durante o ano todo. As duas principais preocupações são o clima e os preços dos insumos. A Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB) atualiza o levantamento da safra 2021 - 2022 e

estima a produção nacional de grãos em torno de 285 milhões de toneladas. Resultado até 13% acima da safra passada. A falta de chuvas no fim de 2021 afetou bastante as lavouras de milho e soja na Região Sul, e as perdas podem passar de sete milhões de toneladas. Porém, os volumes de produção são maiores do que no

período anterior, quando a safra de verão ficou atrasada e a de inverno foi castigada por seca e geada. Sem falar que o clima foi bem mais favorável para os cultivos das Regiões Sudeste, Centro – Norte e Nordeste. Um balanço onde o que importa é um 'Brasil só'. Isto é, o resultado total é o que interessa para a economia nacional inteira.

O presidente da consultoria Datagro, Plínio Nastari, afirma que os eventos climáticos podem durar até o segundo semestre de 2022. “E com a volta de uma normalidade climática, a produção brasileira de milho pode crescer 10 milhões de toneladas por ano até 2030”, advertiu. Mesmo com quebra de safra, o agro teve boa rentabilidade no ano passado graças aos preços de commodities agrícolas, como soja, milho, boi gordo e açúcar. Os valores avançaram firmes e alguns atingiram patamares históricos. Chegaram a diminuir na segunda metade do ano, mas em níveis ainda muito altos e com tendência de novos aumentos neste ano.

Câmbio - A valorização do dólar impulsiona as commodities cotadas na moeda americana e as exportações sinalizam ótima performance. Em 2021, as vendas externas atingiram o recorde de US\$ 120,5 bilhões, crescimento de 20% sobre o ano anterior. E em 2022 não deve ser diferente. O câmbio compensa uma piora que venha a marcar o cenário macroeconômico brasileiro e os estoques internacionais de produtos agrícolas estão menores ou semelhantes aos do início do ano passado, o que indica necessidade de reposição.

Por outro lado, o aumento dos preços dos insumos e do frete faz avançar os custos de produção. É preocupante, notadamente para a chamada ‘safrinha’, principalmente a de milho. E para a pressão sobre os preços das rações animais e carnes, sentida pelo consumidor interno que já busca há tempos alimentos mais baratos por causa da inflação, salários menores e desemprego. A valorização do petróleo aumentou os preços de fertilizantes derivados da cadeia,

como a amônia. O Brasil importa 84% de suas necessidades em fertilizantes. Os defensivos também estão mais caros. Eles são majoritariamente produzidos na China, onde houve redução na fabricação após a crise energética que o país enfrentou em 2021 e com a necessidade de redução de emissões. Sem falar nos problemas decorrentes da pandemia de Covid-19, que contribuíram para o agravamento do quadro, como os gargalos internacionais de logística e o alto valor dos fretes.

Entretanto, os especialistas em negócios do mundo inteiro são afirmativos ao garantirem que nenhum desafio resiste aos bons preços. “Nada estimula mais o produtor do que os preços e eles estão bons em soja, no milho, na arroba do boi, nos biocombustíveis, entre tantos. Logo, há uma ampliação muito grande do interesse em investir”, comentou Nastari. E para investir, os produtores precisam de dinheiro, e nos últimos anos o mercado de capitais vem crescendo como fonte de financiamento. Só no ano passado, seis empresas do ramo abriram capital na Bolsa. Uma delas, a Brasilagro, por exemplo, fez uma nova oferta de ações. A AGRO captou R\$ 440 milhões e vai usar a quantia para investir em expansão. “Tínhamos uma expectativa melhor, mas a procura não deixou de ser boa”, analisou Gustavo Lopez, Diretor de Relação com Investidores da empresa. Uma reação que parece desanimadora, mas é que há um longo caminho para o dinheiro ‘pedir a fazenda em namoro’. O mercado ainda conhece pouco a dinâmica do agronegócio. Por isso, a participação atual de 5% do setor na Bolsa ainda está longe dos 25% que o setor representa no Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil. “É um segmento



Plínio Nastari, Presidente da DATAGRO

onde o grosso do faturamento vem quando a safra é entregue. Portanto, há uma grande sazonalidade no balanço no que diz respeito à geração de caixa. Pode haver dois trimestres bons e dois trimestres ruins, o que acaba confundindo os investidores”, examinou Marino Colpo, CEO da Boa Safra, que também realizou IPO no ano passado.

Mesmo assim, sobra otimismo sobre o desempenho de agentes, corporações, investidores e o mercado. Compra e venda de imóveis rurais, produção de soja, milho, cana-de-açúcar, feijão, algodão e gado, compra de sementes. A diversificação de culturas e regiões dá vantagem em diminuir os riscos, as margens das culturas estão acima da média nos últimos anos. Retornos das empresas, aumento da safra e dos preços das commodities, performance dos frigoríficos, exportações, preço do açúcar, valor do etanol. A Planner recomenda a SLC Agrícola, produtora de algodão, milho, soja e pecuária por ser uma companhia que fez aquisições importantes e tem uma boa administração, investindo em diferentes produtos e com boa média de produção.

Ricardo Propheta, CEO da gestora BRZ Investimentos, avalia que é hora de aproveitar as empresas listadas para lucrar com a rentabilidade elevadíssima do agronegócio em algumas regiões do Brasil. Ele diz preferir elos 'antes e depois da porteira', como companhias fornecedoras de produtos e serviços para o setor, que tendem a ter um desempenho mais regular ao longo do tempo, pois não estão tão sujeitas às volatilidades específicas da atividade, como o clima. Ele sugere empresas que agreguem tecnologia ao setor, como fornecedoras de fertilizantes e defensivos biológicos. Caso da Vittia e de companhias de logística que trabalhem tanto com grãos como com contêineres para transporte de itens da agroindústria.

Com o aumento da taxa de juros no Brasil e a migração de recursos da Bolsa para a renda fixa, novos IPOs do agronegócio estão em compasso de espera. A avaliação é que as empresas vão recorrer mais a títulos de dívida, como Certificados de Recebíveis do Agronegócio (CRAs), e Fundos de Investimento nas Cadeias Produtivas Agroindustriais

(Fiagros), lançados no segundo semestre de 2021. Ambos são isentos de Imposto de Renda.

O Banco XP estima que a demanda e oferta de CRAs devem crescer. Em 2021, as ofertas de CRAs e debêntures de infraestrutura voltadas ao agronegócio somaram R\$ 21 bilhões. Os resultados devem cravar de R\$ 25 bilhões a R\$ 30 bilhões. Quem lançou CRAs no ano passado foi a Ovos Mantiqueira. A empresa levantou R\$ 230 milhões com o objetivo investir na fazenda Lorena 4.0, no interior de São Paulo. Com galinhas criadas livres, os focos do empreendimento são bem estar animal, segurança alimentar e sustentabilidade. Leandro Pinto, CEO da Mantiqueira, está otimista em relação ao desempenho da empresa em 2022, apesar do aumento dos preços do milho e do farelo de soja, usados na alimentação das galinhas. Ele espera um faturamento de R\$ 1,35 bilhão este ano, frente a R\$ 1,06 bilhão em 2021. O mercado interno é o mais importante para a Mantiqueira, mas a companhia é também a principal exportadora de ovos do Brasil. O Oriente Médio é o maior destino.

Leandro Pinto ressalta que, em 20 anos, o consumo brasileiro de ovos passou de 87 unidades per capita por ano para 252. "Agora, a demanda interna aumenta porque a carne não baixa de preço, e o ovo é uma alternativa completa" disse o executivo. Além dos CRAs, ele não descarta a realização de um IPO no futuro. "Queremos estar preparados para o baile, mas a música depende do mercado", acrescentou.

Os especialistas avaliam que CRAs e Fiagros podem servir para educar o investidor sobre a dinâmica do agronegócio, com o Fiagro podendo ser uma ponte entre o setor e o mercado. Este instrumento tem condições de se tornar uma fonte substancial de recursos para a atividade, especialmente para empresas de menor porte que ainda não têm condições de acessar o mercado diretamente com IPOs e CRAs. De forma geral, a expectativa é que o Fiagro desça na cadeia, ampliando a entrada do setor no mercado. Desde setembro do ano passado, as ofertas de Fiagros movimentaram R\$ 1,5 bilhão, sendo que o maior deles foi o da gestora Riza. AR



Grupo Stoller faz reestruturação global

O brasileiro Rodrigo Oliveira é o novo Global COO



Rodrigo Oliveira, Tiago Gontijo e Ignacio Moyano.

O Grupo Stoller, empresa especializada em nutrição e fisiologia vegetal, anunciou no início deste ano uma importante mudança alinhada à visão de futuro da empresa, para vencer os desafios de um agronegócio mais globalizado. "Para fortalecer os negócios futuros e apoiar a sinergia entre diferentes áreas e regiões, criamos o cargo de Global COO (Chief Operating Officer) e estamos realizando algumas mudanças na gestão que farão a Stoller ainda mais forte, estruturada e referência como sempre foi" explica Guilherme de la Borda, CEO do Grupo Stoller.

O brasileiro Rodrigo Oliveira, atual vice-presidente de subsidiárias, assume de imediato o Global COO (Chief Operating Officer) com a missão de integralizar ainda mais os desafios das regionais, liderando a equipe de vice-

presidentes regionais de subsidiárias, bem como Global Regulatory, liderado por Dawn Robertson, Global Operations (cargo que terá um novo líder) e Global Commercial Excellence, liderado por Marco Guirado. Além disso, a regional USCA (Estados Unidos, Canadá, América Central e Caribe) será liderada pelo vice-presidente de subsidiárias, Greg Warren. Os gerentes gerais localizados nessas subsidiárias continuarão a se reportar diretamente a Greg, assim como será nas demais regionais.

Na regional LATAM (Colômbia, Equador, Peru, Bolívia, Brasil, Paraguai, Chile, Argentina e Uruguai), Tiago Gontijo, que estava na diretoria executiva da Stoller do Brasil, assume o cargo de vice-presidente de subsidiárias. Assim, a partir de março, Ignacio Moyano passa a ocupar o

cargo de diretor executivo no Brasil, deixando seu cargo na Argentina. A regional Ásia Pacífico (Austrália, China, Filipinas, Índia e Singapura), continuará a ser liderada por Rodrigo Oliveira. Por fim, a regional EMEA (Europa, Rússia, Ucrânia, Turquia, África do Sul e África), permanecerá liderada pelo vice-presidente de subsidiárias, Sergio Aguilar. **AR**



Bunge compra 33% da Sinagro

Acordo com a UPL e demais acionistas da Sinagro fortalece a estratégia de originação de grãos da Bunge.



Rossano Junior - Vice-presidente de Agronegócio da Bunge

As empresas Bunge, UPL e demais acionistas da Sinagro anunciaram um acordo pelo qual a Bunge vai comprar participação de 33% na empresa. A Sinagro é uma importante revendedora de grãos e produtos agrícola-



Rogério Castro - CEO da UPL Brasil

las, com relevante atuação na região do Cerrado do Brasil. O negócio está sujeito à aprovação pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE). "Esta transação contribuirá para a capacidade de originação de grãos da Bunge e para seu acesso aos produtores da região", afirmou Rossano de Angelis Junior, vice-presidente de Agronegócios da Bunge.


A Sinagro foi uma das primeiras empresas a aderir à Parceria Sustentável da Bunge, iniciativa pioneira lançada em 2021, pela qual a Bunge auxilia os revendedores de grãos a implantarem sistemas de avaliação socioambiental de fornecedores, incluindo monitoramento por satélite, em escala de fazenda. Os participantes do programa podem adotar serviços de imagens geoespaciais independentes ou utilizar a estrutura da Bunge sem custos. "A participação da Bunge deverá contribuir

para a Sinagro em diversas frentes. Além de sua expertise em originação, logística e gestão de riscos, a Bunge tem uma reputação global destacada e uma forte presença no agronegócio brasileiro, que aliada à UPL fortalecerá as bases da Sinagro.



Renato de Almeida Guimarães - Presidente da Sinagro

Além disso, esta transação vai acelerar o plano de expansão da Sinagro, que é, afinal, o principal objetivo”, afirma Rogério Castro, CEO da UPL Brasil.

Com 20 anos de atuação, a Sinagro tem sua estratégia de originação voltada para produtores e apoiada por suas mais de 30 unidades, entre lojas e armazéns. Estrategicamente posicionada em relação a fornecedores, agricultores e clientes finais, está presente em sete estados brasileiros: Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás, Bahia, Tocantins, Pará e Minas Gerais. “Com essa transação, fortalecemos ainda mais nossa parceria com a Bunge em um relacionamento que gerará benefícios mútuos. Do nosso lado, a expertise da Bunge em gestão de riscos e sua capacidade logística ampliam nossas oportunidades no mercado de grãos, ao mesmo tempo em que estamos alinhados em prol da produção sustentável, rastreável e verificável no Cerrado brasileiro”, afirma Renato de Almeida Guimarães, presidente da Sinagro. 



Como a Sinagro já utiliza os mesmos critérios socioambientais para avaliação de fornecedores que a Bunge, está alinhada à nossa visão global de ser o parceiro preferencial em soluções sustentáveis para oleaginosas, commodities e ingredientes relacionados, tanto para agricultores quanto para clientes finais”.

Rossano Junior,
Vice-presidente de Agronegócio da Bunge

BUNGE

- # Propósito: conectar agricultores e consumidores para fornecer alimentos, nutrição animal e combustíveis essenciais para o mundo
- # Mais de 200 anos de experiência
- # Líder mundial no processamento de sementes oleaginosas e na produção e fornecimento de óleos e gorduras vegetais especiais
- # Sede em St. Louis – Missouri (EUA)
- # Mais de 23 mil colaboradores | Mais de 350 instalações | Mais de 40 países

UPL

- # Fornecedora global de produtos e soluções agrícolas sustentáveis
- # Receita anual superior a US\$5 bilhões
- # Portfólio de biológicos e tradicionais de proteção de cultivos com mais de 14.000 registros
- # Presentem mais de 130 países | Mais de 10 mil colaboradores

GRUPO SINAGRO

- # Iniciou atividades em fevereiro de 2001
- # Uma das maiores distribuidoras de insumos agrícolas do cerrado brasileiro
- # Presença em sete estados do Brasil | 34 unidades de distribuição | 4 unidades de originação e comercialização de grãos | 2 unidades refrigeradas de armazenamento de sementes
- # Área agrícola de 23.000 hectares com produção de grãos, difusão de tecnologia e capacitação de profissionais da área agrícola

Comércio eletrônico no Agro!

Elas foram criticadas, chamadas de loucas ou com ideias erradas. E provaram que estavam no caminho certo.



Renato Cesar Seraphim

Seraphim.renatocesar@gmail.com

Alimentos e agronegócios formam uma indústria global de mais de US\$ 5 trilhões e, à medida que aumenta a demanda por alimentos em todo o mundo, essa oportunidade gera enormes interesses de investimento global em toda a sua cadeia de valor. E a inovação por meio da tecnologia e da digitalização tem sido vista como soluções totalmente necessárias. A demanda por alimentos está aumentando, os fornecedores estão buscando maior distribuição e acesso à cadeia de suprimentos, os clientes estão pedindo rastreabilidade de alimentos, estão querendo maior transparência de preços bem como acesso mais rápido às informações. Com tudo isso, novas plataformas digitais estão surgindo todos os dias para atender essa necessidade do mercado. Quem está desenvolvendo esses mercados e as plataformas digitais de agronegócio e onde?

Dois grandes perfis de organização surgiram quando analisamos os mercados de agronegócios e

plataformas de comércio eletrônico existentes. Em primeiro lugar, estão as startups, baseadas principalmente em mercados emergentes, que buscam revolucionar o setor por meio da transformação digital. Elas visam melhorar e agilizar os processos de aquisição, fornecer maior transparência de preços e permitir a proveniência por meio da tecnologia blockchain ou outras. Em segundo lugar, estão as grandes multinacionais, como Cargill, Bunge, US Foods, Bayer e Nestlé. As startups de comércio eletrônico dos agronegócios estão recebendo a maior parte dos recursos. Desde o início de 2010, vários players iniciaram suas plataformas online em todo o mundo. Nos EUA, como a Agroy e a CommodityAg, fundadas em 2017, e a Agrellus, criada em 2015. Na França, a Agriconomie, fundada em 2014, que é uma varejista online que pretende se tornar a 'Amazon de suprimentos agrícolas'. No Reino Unido, a Yagro começou como um mercado online que conecta agricultores a seus fornecedores e busca aliviar os pontos

problemáticos experimentados pelos agricultores na compra e aquisição de insumos, permitindo que eles solicitem cotações e façam pedidos on-line. Hoje, a Yagro oferece seguro agrícola aos agricultores e verificações comparativas de preços em tempo real, que permitem que as fazendas comparem anonimamente sua conta de agroquímicos com preços 100% verificados do resto do mercado.

Também as multinacionais estão investindo em comércio eletrônico. Cargill e US Foods investiram na implantação de seus próprios eCommerce e/ou marketplaces de agronegócios em 2019 e, no mesmo ano, a Bayer, através da sua plataforma Orbia, foi iniciada no Brasil. Essas startups/empresas do agronegócio se comprometeram a oferecer diferentes produtos e serviços dentro da cadeia de valor da agricultura e o que é mais importante nesse momento é terem foco e saberem qual dor do agricultor estão resolvendo. Aqui no Brasil, várias delas se destacam:

“De acordo com o Agri-Food Tech Funding Report 2019, da AgFunder, US\$ 786 milhões em financiamento – ou 4% do investimento total no espaço agro-foodtech, foram investidos em Marketplaces do agronegócio no ano passado. Isto em 104 negócios e com um tamanho médio de US\$ 1,5 milhão”.

- Plataformas de negociação para facilitar a venda, arrendamento e/ou aluguel de máquinas e equipamentos agrícolas: exemplo disso é a startup Agrishare (www.agrishare.com.br), criada em 2016, que conecta locador e locatário de equipamentos para as lavouras e Alluagro (<https://www.alluagro.com.br>);

- Redes de agricultores para agricultores ou agricultores para restaurantes/varejistas como a Sumá (<https://app-suma.com.br>) ou a Ruraldireto (www.ruraldireto.com.br) e a Pink Farms (www.pinkfarms.com.br);

- Plataforma de vendas de distribuidores para distribuidores como a AgriAcordo (www.agriacordo.com.br);

- Marketplace digital de comercialização de commodities agrícolas como a AgriPad (www.agripad.com.br), o Grão Direto (www.graodireto.com.br), o Agro2business (www.agro2business.com), a Tarken (www.tarken.com.br), a AgriTrade (www.agritrade.com.br);

- Plataforma de Aquisição B2B de ma-

rketplaces atacadistas de alimentos, mercearias e/ou equipamentos como o Martins (www.martinsatacado.com.br);

- Plataforma de vendas diretas de insumos agrícolas, máquinas e peças de reposição como: InstaAgro

(<https://www.instaagro.com>), MF Rural (<https://www.mfrural.com.br>), Agrofy (<https://www.agrofy.com.br>), Rural Sale (<http://www.ruralsale.com.br>), Orgia (<https://www.orbia.ag>), CBC Agronegócios (www.cbcaagronegocios.com.br), Supercampo (www.supercampo.com) e Fertsystem (www.fertsystem.com.br);

- Plataformas com foco em agricultura regenerativa e leads: IZagro (www.izagro.com.br);

- Plataformas com foco no agrônomo e em franquias digitais: For Farmer Innovation (www.forfarmerbr.com);

- Plataforma para venda de seguro agrícola e/ou financiamento de compras como a Agristamp (www.agristamp.com.br) e a Agrolend (www.agrolend.com.br);

- Plataformas de Crowdfundinge financiamento para agricultores, como a Bloxs (www.bloxs.com.br).



Onde será a próxima onda de evolução nos mercados do agronegócio? Não há dúvida de que os marketplaces continuarão a crescer em domínio como modelo de negócios em vários estágios da cadeia de valor do setor agrícola. Então, quais são as próximas ondas de tendências que impactam essa tecnologia de plataforma de mercado? Eu acredito que há pelo menos quatro áreas em que esperamos aumentar o foco, os investimentos e as implantações:

1) Estar presente onde o agricultor quer estar, ou seja, as empresas precisam entender a jornada do agricultor e saber que a necessidade da comunicação "Omnichannel" será fundamental. Estar presente na fase da investigação, do planejamento, do uso dos insumos e equipamentos e dos resultados serão fundamentais para ter sucesso.

2) Aumento da adoção da agricultura Blockchain. Prevê-se que a agricultura Blockchain cresça em importância, pois a qualidade dos alimentos está se tornando rapidamente uma questão de preocupação global. Imagine a jornada que nossa comida faz depois de sair da fazenda, passando por várias mãos e processos antes de chegar à mesa de jantar. Por meio da tecnologia blockchain, seremos capazes de obter procedência e rastreabilidade de dentro da fazenda até a mesa do consumidor. Isso permitirá que todos os compradores tenham maior transparência na cadeia de suprimentos e aumentem a confiança do consumidor nos alimentos adquiridos.

3) Expansão de produtos e serviços ecossistêmicos complementares aos mercados do agronegócio. Hoje, a maioria dos mercados de agronegócio começou relativamente especializada em sua proposta de valor para abor-



dar pontos problemáticos específicos dentro da cadeia. À medida que escalam, eles não podem confiar em ser um player de nicho, as parcerias com ecossistemas tornam-se uma vantagem competitiva crítica com parceiros que forneçam produtos e serviços ampliados para os diferentes usuários no mercado de agronegócios. A grande base de usuários cativos oferece grandes oportunidades de monetização em outros serviços como: serviços de marketing, geração de leads, microfinanciamento, seguro agrícola, financiamento do agricultor, garantia de qualidade de alimentos e serviços, serviços de armazenamento e logística e serviços de garantia e manutenção de equipamentos.

4) Investimentos contínuos em marketplaces online no agronegócio. Esse setor ainda está em estágio inicial em comparação com outros setores da indústria (por exemplo, varejo, bens de consumo e industrial) que foram afetados e reformulados pelos avanços tecnológicos dos mercados. Veremos um número maior de novas startups sendo fundadas e fundos de investimento

despejando dinheiro em startups promissoras à medida que abordam as ineficiências da tecnologia e da cadeia de suprimentos ao longo da cadeia alimentar. Futuras aquisições também provavelmente ocorrerão à medida que organizações agrícolas tradicionais de maior porte se interessarem cada vez mais por esses mercados de agronegócios on-line. E as aquisições serão crescentes para obter uma entrada mais rápida no mercado em vez de construir suas próprias plataformas digitais internas.

No Brasil, um milhão de agricultores e pecuaristas fazem 95% do mercado, ou seja, não é tão difícil chegar até eles, o que faz com que o nosso desafio de estar presente, de conhecer bem os hábitos, as preferências e os desafios sejam cada vez maiores. As plataformas digitais precisam vir para nos ajudar na personalização e para oferecer um processo de compra conveniente e sem interrupções. Essas precisam gradualmente se tornar um diferencial essencial para adquirir novos clientes e impulsionar a retenção e a maior fidelidade.

Como chegar bem à seca!

Estratégias específicas resultam em maior taxa de natalidade, mais quilos de bezerros desmamados e abates com até 30 meses

Na safra da pecuária tropical, deparamo-nos com dois períodos climáticos bem definidos: águas e seca. Nas águas, temos condições climáticas ideais para forragens tropicais. Já no período seco, temos um menor volume de chuvas e luminosidade, além de temperaturas mais baixas, o que acarretará em menor crescimento, valor nutricional e digestibilidade das forragens. Mas essas mudanças não acontecem de forma abrupta. O período em que ocorrem essas mudanças é que chamamos de 'Período de Transição Águas-Seca'. Como o próprio nome sugere, neste período ocorre uma transição do padrão climático das águas para a seca. Portanto, as pastagens irão apresentar uma diminuição gradual da sua produção, de seu valor nutricional e de sua digestibilidade. Essa diminuição da digestibilidade acarreta em uma menor ingestão de matéria seca e, conseqüentemente, diminuição dos níveis de produção. Por esse motivo, o maior desafio da pecuária a pasto é aumentar a digestibilidade da dieta para que possamos aumentar a inges-



O maior desafio da pecuária a pasto é aumentar a digestibilidade da dieta para que possamos aumentar a ingestão de matéria seca.

tão de matéria seca. E, quando falamos em melhorar a digestibilidade, devemos lembrar sempre dos micro-organismos ruminais, pois eles são os responsáveis pela degradação da fibra no rúmen. Pensando nisso, quando complementamos a dieta com fontes proteicas e energéticas durante o período de transição, estamos fornecendo nutrientes para que os micro-organismos ruminais possam efetuar o seu trabalho e, por consequência, aumentar a digestibilidade e melhorar o desempenho animal.

No que diz respeito às fontes proteicas utilizadas como complemento durante o período de transição, devemos nos preocupar em utilizar boas fontes

de proteína verdadeira pois elas irão fornecer aminoácidos essenciais para a microbiota ruminal. Sendo que altos níveis de nitrogênio não protéico (NNP), como a ureia, não são adequados para este período. Portanto, quando adotamos estratégias específicas, levando em consideração a exigência da categoria animal na qual estamos trabalhando, a dinâmica do clima regional e como funciona a fisiologia das forragens, temos um resultado expressivo e um aumento significativo dos níveis zootécnicos, geralmente representados como: maior taxa de natalidade, mais quilos de bezerros desmamados por vaca ao ano e mais abates de animais com até 30 meses. **AR**



Daniel Bessert, médico veterinário e Coordenador Técnico de Nutrição Animal da Matsuda Bahia.

CHEGUE BEM NA SECA



SUPLEMENTO MINERAL PRONTO PARA
USO PARA BOVINOS DE CORTE



SUPLEMENTO MINERAL PRONTO PARA
USO PARA BOVINOS DE CORTE



SUPLEMENTO MINERAL PRONTO PARA
USO PARA BOVINOS DE CORTE



GANHE PESO NA SECA

A linha FOS SECA TRANSIÇÃO proporciona maior atividade dos microrganismos do rúmen, o que resulta em ingestão mais alta de pasto gerando ganhos de peso superiores.



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


MATSUDA

FALANDO *de* *Bichos*

Nº 10
AR93

TUDO DE PET. TUDO DE BOM.



Vetoquinol tem 10 anos

DE ATUAÇÃO NO BRASIL, COM PORTFÓLIO INOVADOR

Considerada uma das dez maiores indústrias de saúde animal do mundo, a multinacional francesa Vetoquinol Saúde Animal completou recentemente dez anos no Brasil. O grupo chegou ao país com a aquisição do laboratório Farmagráfica (Fagra), em 2011, e desde então vem reforçando significativamente sua presença na América do Sul, com o lançamento de produtos inovadores para animais de estimação (cães e gatos) e de produção (bovinos e suínos), além de equinos.

A Vetoquinol mantém uma sede administrativa em São Paulo, no bairro Moema, e outro escritório administrativo na grande sede da empresa em Aparecida de Goiânia, em Goiás, onde está instalada a unidade fabril da empresa. Em uma década de presença no Brasil, a Vetoquinol já teve importantes conquistas. Em 2020 e 2021, conquistou o prêmio Top Brands Quality, com reconhecimento ao melhor portfólio de produtos para animais de produção. No ano passado, ganhou o selo GPTW (Great Place To Work) de uma das melhores empresas para se trabalhar no Brasil. A Vetoquinol também é reconhecida como a empresa de saúde animal mais sustentável da União Europeia.

“Com 88 anos dedicados à saúde animal, A Vetoquinol tem 65% de suas receitas e do seu portfólio mundial em

Multinacional francesa, uma das maiores do mundo em saúde animal, mantém moderna planta industrial em Goiás

animais de companhia e potencializou o seu crescimento a partir da entrada no Brasil, em 2011. Nesse período, os medicamentos veterinários e suplementos que trouxemos ao mercado nacional nos ajudaram a cumprir o objetivo central: enriquecer a vida humana a partir da nossa dedicação à saúde ao bem-estar dos animais”, afirma o diretor-presidente da empresa no Brasil, Jorge Espanha. “Temos a segunda maior população de cães e gatos do mundo. E é exatamente para a manutenção da vida dos pets que aprimoramos nossas soluções na última década e estamos preparados para enfrentar um futuro desafiador e, ao mesmo tempo, promissor em termos de animais de companhia”, acrescenta.

“Estamos investindo no Brasil para estabelecer nossa cultura em servir aos veterinários e aos tutores pets com a mais nova linha de produtos produzidos na França e no Brasil. Durante a pandemia, reforçamos nosso compromisso com os tutores a partir do lançamento de quatro produtos únicos no mercado – Frontmax, Upcard, Flowcare e Clavaseptin P – em um segmento que cresce a cada ano, demandando

novas soluções. Essas marcas, que já apresentam excelentes resultados nos pets, comprovam que a inovação é a nossa base”, argumenta Espanha. Em uma década de presença no Brasil, segundo ele, a empresa conquistou muito e está pronta para crescer ainda mais.

Portfólio robusto - O crescimento do grupo é impulsionado pelo reforço do seu portfólio de produtos associado a aquisições em mercados de alto potencial de crescimento, como a brasileira Clarion Biociências. A empresa foi adquirida em abril de 2019. Vetoquinol e Clarion, juntas, passaram a oferecer mais de 75 produtos para todas as espécies animais.

“O Brasil tem o privilégio de ter uma fábrica Vetoquinol aqui. Um parque fabril de alta tecnologia, que produz itens fantásticos”, afirma o médico veterinário Jaime Dias, gerente técnico de Animais de Companhia da empresa no Brasil. Ele explica que a oferta de produtos no mercado brasileiro inclui os itens produzidos em Goiás e outros que são importados das demais unidades do grupo, em especial do Canadá e da França.

Clavaseptin P - Jaime Dias destaca os lançamentos de produtos feitos pela companhia. O mais recente é o Clavaseptin P, potente antibiótico à base de amoxicilina associado ao ácido clavulânico, indicado para o tratamento de infecções causadas por diferentes bactérias. “Estas bactérias podem estar envolvidas em infecções de pele, periodontais, respiratórias e urinárias, dentre outros importantes tecidos”, explica Jaime Dias.

“Quando associamos amoxicilina com clavulanato temos ação sinérgica entre esses dois princípios ativos, com excelente ação terapêutica, sem que haja interferência das bactérias resistentes. Com isso, o tratamento tem mais efetividade. Se não tivéssemos o clavulanato associado, com certeza algumas bactérias promoveriam a inativação da amoxicilina, impedindo sua ação frente a diferentes infecções bacterianas”, acrescenta.

Muito conhecido e prescrito por médicos veterinários europeus e de outros diferentes países, o medicamento chega ao Brasil com a chancela do selo britânico Easy to Give, na categoria felinos. Este selo é concedido a empresas que produzem soluções e inovações que facilitam a vida dos tutores e promovem aos gatos uma administração confortável e fácil, atrelada à alta palatabilidade do medicamento. O P no nome do medicamento é uma referência ao fato de ele ser altamente palatável.

Prevenção - O Frontmax Coleira é outro produto inovador da multinacional. Indicado para cães, é eficiente como repelente de carrapato *Rhipicephalus sanguineus* e pulga *Ctenocephalides felis felis* e como inseticida contra o

inseto transmissor da leishmaniose, o flebotomo *Lutzomyia longipalpis*, também conhecido como mosquito palha. “Esse é um produto importantíssimo, já que além de repelir os parasitas ele faz a prevenção da leishmaniose. E essa doença ocorre no Brasil.”

Uma vez colocada no cão, a coleira vai agir por até 8 meses, com eficácia contra as pulgas e carrapatos e contra o mosquito palha. São duas apresentações: para cães até 4 kg, de 38 centímetros, e para os animais acima desse peso, com 70 centímetros.

Outro medicamento lançado pela Vetoquinol é o Vetaflan®, um potente anti-

-inflamatório não esteroide (AINE) do grupo oxicam. Ele atua por inibição da síntese das prostaglandinas, com efeitos anti-inflamatórios e antipiréticos. Um diferencial importante do remédio é que ele é administrado por via transdermal, ou seja, o produto é colocado direto na pele da nuca do animal. E não ingerido ou aplicado. Além disso, o Vetaflan® é o único anti-inflamatório do mercado que tem ação por três dias.

Jaime Dias ressalta que o Frontmax e o Vetaflan® são produzidos na planta industrial de Aparecida de Goiânia. Segundo ele, já há previsão de que ambos sejam exportados para outras unidades da Vetoquinol. 🐾



Jorge Espanha, diretor-presidente da Vetoquinol no Brasil:
“Prontos para crescer ainda mais”.

Leishmaniose

UM PERIGO À ESPREITA

Doença também afeta importantes órgãos internos, como baço, fígado, rins, diminuindo a qualidade de vida e o bem-estar do pet

Por Jaime Dias, médico veterinário e Gerente Técnico de Animais de Companhia da Vetoquinol Saúde Animal

Na última década, 34.930 pessoas foram diagnosticadas com leishmaniose visceral no país e 2.535 perderam a vida para a doença. Os números, do Ministério da Saúde, englobam 2011 a 2020 e indicam que 1 em cada 13 casos evoluiu para morte. Presente em todas as regiões brasileiras, a doença ainda é pouco diagnosticada e pode ser evitada por meio da prevenção ao principal responsável por sua disseminação: o mosquito-palha.

Principal vetor do protozoário Leishmania, ele costuma picar cães de todas as raças e idades. Só que o ciclo da doença não para no cão. Isso porque, depois de picar um animal já infectado, também pode picar humanos, transmitindo o protozoário a homens e mulheres, adultos ou crianças, de todas as idades e classes sociais – e transformando o problema em uma grave zoonose.

Levantamentos feitos por estudiosos indicam que, para cada caso em humanos, existem 200 cães infectados com Leishmania. Com o total de casos registrados na década, o Brasil poderia ter tido até 7 milhões de cães infecta-


dos. Para se ter uma ideia, o país tem cerca de 54 milhões de cães, de acordo com estimativa do IBGE. Nesse cenário, 12 em cada 100 animais estariam com leishmaniose visceral.

As estatísticas são consideradas subestimadas, já que para cada registro confirmado em cães, outros 5 animais podem estar assintomáticos. Por isso, tutores devem estar atentos a sintomas em seus animais. Ao notar desânimo, fraqueza, perda de apetite, emagrecimento progressivo, perda de massa muscular, descamações na pele, feridas no focinho, orelhas e na região das articulações, além de perda de pelos, crescimento exagerado das unhas, vômito e diarreia, é preciso procurar um médico-veterinário.

Mais grave, a leishmaniose também afeta importantes órgãos internos, como baço, fígado, rins, dentre outros, diminuindo significativamente a qualidade de vida e o bem-estar



do pet. Assim, mais do que tratar a doença quando seus efeitos já são sentidos na pele, prevenir esta grave enfermidade é a melhor opção. E essa prevenção se faz mantendo o mosquito afastado dos cães, evitando que eles sejam infectados e interrompendo o ciclo de transmissão.

A utilização de coleiras com efeito repelente e inseticida contra o mosquito palha representa uma excelente opção de prevenção da leishmaniose visceral, promovendo a liberação de princípios ativos para a pele e os pelos do cão tratado, mantendo os mosquitos longe dos animais. Essa é a melhor solução para manter nossa família canina protegida. 

Hidrate seu gato

É FUNDAMENTAL PARA MANTER A SAÚDE DELE

Felinos domésticos costumam resistir em tomar água. Tutor deve encontrar alternativas

A ordem é manter seu gato hidratado. Sim, porque assim como os humanos os felinos domésticos precisam estar com o nível adequado de água no corpo. Do contrário, podem ter problemas desde a digestão até a circulação, e principalmente renais. A água regula a temperatura corporal e faz os eletrólitos circularem por todo o organismo, condição essencial para que ele fique saudável e confortável.

As estratégias são muitas e todas podem ser experimentadas até que se identifique qual é aceita pelo animal. A primeira é a hidratação através das rações úmidas, em sachês. Há várias opções no mercado e elas devem ser oferecidas ao gato alternadamente com a ração seca. Ela tem uma grande quantidade de água, cerca de 80% da composição, e cumpre o papel de hidratar.

Outra opção são os alimentos enlatados, também umedecidos. Mas é preciso cuidado com esses alimentos, porque eles têm gordura. Eles não devem ser consumidos em excesso, porque podem desencadear diarreia e isso é algo que seguramente vai desidratar o gato. Outra orientação é que, uma vez aberta a lata, o alimento seja consumido dentro de 20 minutos ou descartado.

Tirando essas alternativas para hidratação indireta, o que resta são as artima-

nas para convencer o gato e beber água. A primeira delas é oferecer sempre água fresquinha. Gatos dão preferência à água fresca. Por isso gostam tanto de passear pela pia e beber direto na torneira. Muitos só bebem assim. Tudo bem!

Já os potes de água, que são básicos nessa tarefa, merecem muito mais atenção do que costuma receber. Uma parcela considerável dos felinos aceita bem os potinhos. Outros, porém, exigem um esforço adicional do tutor. É preciso estar atento às características e as dimensões do recipiente. Se o pote é fundo e estreito, o gato pode tocar com os bigodes quando bebe e isso é desconfortável para ele. Melhor um recipiente mais largo e menos fundo.

O pote também deve ser colocado nos locais onde o gato tenha uma boa visão sobre o seu redor, já que ele gosta de se sentir seguro quando está bebendo. Isso tem como origem o instinto de proteção, porque na natureza o felino observa seu entorno para não ser surpreendido por um predador.

Outra estratégia é não usar apenas um pote, mas alguns deles espalhados pela casa. Essa tática se baseia na ideia de que os gatos são preguiçosos e que, pela lei do menor esforço, evitam se deslocar para beber água. Ter os recipientes em vários pontos da moradia é uma forma de estimulá-lo.

Além de usar os recursos disponíveis para hidratar o gato, o tutor deve sempre prestar muita atenção nos sinais que podem indicar que ele está desidratado. Os principais são:

- Depressão ou letargia
- Respiração ofegante
- Boca seca
- Perda de Apetite
- Redução da elasticidade da pele

Se algum desses sinais for perceptível, o melhor a fazer é consultar o médico veterinário que atende o animal. Caberá ao profissional identificar se o pet está realmente desidratado e qual a origem do problema. A dica, aliás, vale para qualquer problema que o felino apresente. Alguma alteração no estado geral do pet, consulte o veterinário. 🐾



Canil Porangaba

A PAIXÃO QUE VIROU CRIAÇÃO

Encantada desde criança com os Fox Paulistinhas da fazenda da família, Helena Curi realizou o sonho de ter seu canil



Helena Leonel Curi, proprietária do Canil do Canil Porangaba

Helena Leonel Curi tem um trabalho reconhecido na pecuária, especialmente no melhoramento da raça Sindí, que a família cria na Fazenda Porangaba, em Jardinópolis (SP). Mas há uma outra criação que ela toca com o coração, os cães, animais com os quais convive na mesma fazenda desde a infância e que influenciaram na decisão dela se tornar médica veterinária. Helena e a mãe, Cláudia Leonel, administram o Canil Porangaba, um criatório cuja proposta é oferecer animais de fazenda, de trabalho, mas

que cada vez mais atende um público que busca cães de companhia.

O Fox Paulistinha – oficialmente, Terrier Brasileiro – é a raça predominante no canil. A Família Curi começou a criar esses pequenos cães há cerca de 30 anos, antes mesmo de a raça ser reconhecida oficialmente pela CBKC – Confederação Brasileira de Cinofilia. O reconhecimento provisório foi feito em 1995 e o definitivo, só em 2006. “Meu avô trouxe os animais e a família passou a criá-los porque todos gostávamos da raça e queríamos ter mais desses cães”, conta Helena. E assim fizeram durante anos, gerando crias que eram distribuídas entre amigos, familiares e colaboradores.

A decisão de montar o canil veio há cerca de dez anos. O criatório foi registrado na CBKC. Mais recentemente, os animais passaram também a ser registrados na confederação. “Percebemos a importância de ter o pedigree, com toda a linhagem deles”, explica.

Ela diz que a escolha do Fox Paulistinha foi natural pela história da raça na família. “Sempre fui apaixonada por esses cachorros, desde pequenininha.

Tenho fotos de criança, agarrada com filhotes de Fox Paulistinha”, diz. O canil mantém nove matrizes e três reprodutores. Normalmente, são disponibilizados de 20 a 30 filhotes por ano. Entre uma cria e outra, informa Helena, é dado intervalo de um ano.

A outra raça criada pelo Canil Porangaba veio de uma busca que Helena fez por um cão que fosse de pastoreio. O Fox Paulistinha tem várias qualidades para atuar na fazenda, mas não tem porte e aptidão específico para a lida com o gado.

A pesquisa apontou uma raça específica, o Boiadeiro Australiano (Australian Cattle Dog ou Blue Heeler). “Aí me apaixonei completamente por essa raça também. É uma raça de porte médio, que se encaixa perfeitamente na criação de fazenda porque são muito rústicos. Não precisa de escovação, de tosa, o pelo não enrosca. São muito alertas, gostam e precisam de muito espaço e aqui eles vivem soltos”.

Uma terceira raça está nos planos do canil, Doberman, desta vez por conta da necessidade de um cão de guarda na fazenda. Novamente, ela pesquisou as opções e identificou no Doberman as principais características que procurava. São cães muito fortes, imponentes, têm fama “meio errada”

de serem agressivos, mas são ótimos no relacionamento com os outros animais. A raça superou as expectativas dela. A criação está no início e ainda não há oferta de filhotes.

Espaço os animais têm, e muito. O canil tem uma área interna de um hectare, ou seja, são 10 mil metros quadrados. Dentro foi montado um canil maternidade, um local para os filhotes e outro para separar as cadelas no cio. Fora essas estruturas, todo o resto é espaço livre para os cães. “Não gosto de criar cachorro preso”, diz ela. A exceção fica por conta das fêmeas que acabaram de parir, para a segurança dos filhotes. Além da área interna generosa, os animais saem constantemente para atividades na fazenda.

O canil tem como proposta gerar animais rústicos, com saúde impecável. “Nosso foco são os animais de fazenda. E na fazenda o cão tem que caminhar, correr, não pode ter problema de articulação, de pelagem ou pigmentação da pele. Tem que ser um animal saudável e a seleção presa primeiramente por isso”, explica.

“Estar à frente de um canil é para mim um sonho realizado. Desde criancinha sou muito ligada nesses cachorros, sempre amei os cães, minha mãe fala que eu tinha seis ou sete anos ia lá ajudar a cachorrinha a parir, colocava os filhotinhos para mamar, cuidava deles. Sempre fui apaixonada por cachorros e hoje sou médica veterinária. Uma boa parte dessa paixão pela Medicina Veterinária veio desses cachorrinhos”.

O amor pelos cachorros Helena deixa claro quando os define não como matrizes e padreadores do canil, mas como seus companheiros. “Não tenho os cães como máquinas de produção [de filhotes], mas como animais de companhia e de trabalho. São meus pets”. 🐾

O Fox Paulistinha

É uma raça brasileira criada especificamente para caçar pequenos roedores em fazendas, cerca de 30 anos atrás. Eles tinham que ser pequenos, para poder entrar em pequenas frestas e buracos. Tinham que ser destemidos e muito ativos. Essas são características da raça, além da inteligência. Helena diz que se costuma brincar que o Fox Paulistinha é um mini cão de guarda. Ele late quando tem algo diferente acontecendo. Quando late, é sinal de que tem alguma coisa diferente. Atualmente, é muito procurado como cão de companhia, para ficar dentro de casa. Para quem busca um cão ativo é uma ótima opção. Acompanha em caminhadas, corridas, trilhas e também brinca com as crianças.



O Boiadeiro Australiano

São cães de fazenda também. Foram criados na Austrália para pastoreio de gado bovino. Na Austrália é muito quente, às vezes mais do que aqui no Brasil. Por isso, eles são muito bem adaptados a locais de clima quente, onde podem fazer caminhadas por longas distâncias sem sofrer. Eles adoram andar atrás do cavalo e ficar no meio do gado. A aptidão deles para o pastoreio é muito grande. São muito treináveis e inteligentes, além de bonitos, e estão se tornando queridinhos também como cães de companhia. Helena reforça aos que têm ou querem ter um Boiadeiro Australiano em casa que se trata de um cão que precisa de exercício. É necessário ter quintal e uma rotina de atividades físicas, porque ele tem muita energia.



O novo normal

DO MERCADO É PUXADO PELA PANDEMIA E PELA EVOLUÇÃO DA VETERINÁRIA

Gerente nacional de Produtos Pet da Syntec do Brasil, Yolanda Cortes Antunes afirma que as atenções estão voltadas para a prevenção

A médica veterinária Yolanda Cortes Antunes está à frente da divisão de produtos pet da Syntec do Brasil, indústria de capital 100% nacional sediada em São Paulo e dona de um portfólio amplo que inclui terapêuticos, especialidades, itens para higiene e saúde, suplementos e agora também vacinas. Conhece muito bem o mercado brasileiro e as mudanças que vêm ocorrendo no setor dos pets e que se aceleraram nos últimos dois anos. O crescimento é constante e deve continuar assim. Yolanda conversou com o “Falando de Bichos” sobre a realidade do mercado pet no país. Confira:

Falando de Bichos - Como se comportou nesses últimos dois anos o mercado pet brasileiro?

Yolanda Cortes Antunes - O mercado vem numa crescente já tem uns 20 anos. Temos a medicina veterinária evoluindo bastante, está se especializando cada vez mais. Em consequência disso, o comércio como um todo. Pet shops, hospitais e clínicas veterinárias com diversas especialidades, seguindo a tendência da medicina humana. É um mercado que amadureceu, mas tem muito para amadurecer ainda. A gente observou que nesses últimos dois anos, com a pandemia, os proprietá-

rios ficaram mais reclusos e acabaram tendo mais tempo para olhar com mais atenção para o pet. E até aqueles que não tinham pet acabaram adotando ou comprando um animal de companhia. Esse foi um movimento muito percebido nesse período. Com isso aumentou a demanda dentro das clínicas, dos consultórios. Trabalhos que estão

sendo feitos sobre posse responsável estão levando a um aumento nos cuidados preventivos. A saúde dos pets melhorou. O e-commerce de produtos pet se adaptou muito bem e também foi bastante favorecido. Mesmo assim, percebemos que o negócio ainda se baseia muito no relacionamento. Aquele comércio do bairro não perdeu tanto



Yolanda Cortes Antunes: dermatologia é uma área que deve receber muita atenção em termo de novos lançamentos.

com a pandemia. Essas lojas ficaram abertas mesmo durante os momentos mais graves da crise sanitária. Esse nicho que é tão importante para o país conseguiu bons resultados.

Falando de Bichos - Qual a importância desse debate?

Yolanda Cortes Antunes -

O Brasil hoje é o segundo maior mercado pet do mundo. Estamos falando de tudo que o setor engloba: alimentos, medicamentos, produtos de higiene e bem-estar animal, serviços veterinários e serviços gerais, além da venda de animais de estimação diretamente pelos criadores. É muito importante discutir e analisar o comportamento do mercado e o crescimento da medicina veterinária no Brasil. Falar de saúde preventiva, da forma como a medicina veterinária vem sendo desenvolvida com as especialidades, fomentar isso cada vez mais. E trabalhar para que os proprietários tenham consciência de que existem os especialistas e que eles devem ser procurados para atender o animal, em paralelo com o veterinário de confiança.

Falando de Bichos - Essas mudanças vieram para ficar?

Yolanda Cortes Antunes - Sim. A gente observa uma mudança de hábitos. O pet hoje começou a fazer parte da família. Ele não é mais tido como aquele cão que ficava no pátio, no quintal, como um animal de guarda. Ele é um membro da família. Essa mudança de comportamento, o envolvimento emocional do tutor com o pet, faz com que ele cuide mais. E a medicina veterinária, ao trazer o conhecimento sobre a saúde preventiva como o principal caminho a ser seguido, consegue passar ao tutor a importância das visitas frequentes ao veterinário, dos exames preventivos

e de acompanhamento.

A medicina veterinária evoluiu como um todo. Isso traz toda a economia que envolve o pet. As indústrias estão desenvolvendo moléculas novas, trazendo soluções inovadoras para tratamentos e para prevenção. É um mercado muito importante. O Brasil é o segundo maior mercado do mundo e precisamos cuidar dele com muito carinho. Faz parte da minha rotina como gestora, gerente de uma indústria, olhar esse cenário como um todo, preservar as condições comerciais que temos com os nossos parceiros e desenvolver produtos que tragam realmente segurança para o profissional poder trabalhar. Com o retorno que ele vai ter sobre a patologia instalada naquele animal. Também segurança e conforto para o tutor, porque ter o pet doente é muito difícil para ele. Perder o animal de estimação é perder um ente da família.

Falando de Bichos - Houve um aumento nos lançamentos de novos produtos veterinários no mercado brasileiro?

Yolanda Cortes Antunes - Sim. Temos hoje uma evolução muito grande da medicina veterinária e a tendência com o desenvolvimento da ciência é que se consiga aplicar para os pets moléculas mais modernas, mais atuais. A consequência são tratamentos mais eficazes. As especialidades trazem essa necessidade de estudo e desenvolvimento. E aí surge a necessidade de novas moléculas. Na medicina veterinária, quando você não tem uma molécula específica para uso em animais, é usual utilizar moléculas aplicadas a medicamentos para humanos. Para isso é feita uma adaptação. Hoje já se sabe que é mais favorável que se aplique a ciência disponível para se obter essas mesmas moléculas só que desenvolvidas especificamente para os animais de uma forma geral. A indústria já tem esse olhar, sabe da necessidade dos médicos veterinários, e começa a se empenhar. E com isso vêm surgindo as novas moléculas, os novos tratamentos,



novas condutas de tratamento. Se discute muito na classe médica veterinária sobre como, quando e a forma racional da utilização dessas novas moléculas. A tendência é evoluir muito.

Falando de Bichos - Que tipos de produtos devemos ter para os pets no futuro próximo?

Yolanda Cortes Antunes - Temos um crescimento dentro da classe veterinária de informações e estudos em dermatologia. Com a domesticação dos animais, surgem efeitos colaterais, que são desencadeados com sintomas que acabam vindo com lesões de pele. Elas são observadas com muita frequência. Os animais também estão mais bem nutridos. Eles se alimentam melhor, porém ainda têm alguns tutores que dão para o pet aquele petisco que não é o adequado para a saúde dele. Com isso começam a surgir alterações de pele, nos órgãos. Não é que aumentou o número de patologias, mas a ciência trouxe novos diagnósticos, novos entendimentos, e a descoberta de novas doenças. A dermatologia é uma área muito observada hoje, por conta desse contexto da domesticação. Da retirada do animal do ambiente dele, com ele passando a conviver no espaço humano, com a rotina da família.

Falando de Bichos - Que outras mudanças foram observadas no mercado?

Yolanda Cortes Antunes - Outra questão que entrou muito forte por conta da pandemia é a necessidade da vacinação. A área de biológicos a gente reforça como muito relevante. Existem movimentos antivacinas, mas é sabido o quão importante é imunizar o animal. Fazer o protocolo de acordo com a conduta do profissional de confiança do tutor. A pandemia trouxe essa consciência sobre o valor da vacina para os pets. Uma outra fração da medicina veterinária que tem um



Outra questão que entrou muito forte por conta da pandemia é a necessidade da vacinação. A área de biológicos a gente reforça como muito relevante. Existem movimentos antivacinas, mas é sabido o quão importante é imunizar o animal. Fazer o protocolo de acordo com a conduta do profissional de confiança do tutor”.


compromisso muito grande são os estudos com os antibióticos. Fazer o uso dos antibióticos de uma forma racional. O profissional, no momento da conduta, saber qual é o antibiótico adequado para aquela patologia. Identificar qual é o microorganismo, através de exames laboratoriais. Essa é uma conduta de responsabilidade para não gerar resistência microbiana. Quando a gente tem esse movimento, percebemos que existem muitas moléculas modernas que podem ser utilizadas, mas também há outras mais antigas e que são seguras para serem trabalhadas. Há um grande esforço também sobre o controle da dor. Hoje não é mais aceita a ideia de que o animal não sente dor. Há uma atenção muito grande dos veterinários atualmente com essa questão.

Falando de Bichos - Qual é o planejamento da Syntec para esse ano em termos de novos produtos?

Yolanda Cortes Antunes - A Syntec vem investindo bastante. Estamos hoje na nova sede, em São Paulo, no bairro

Tamboré. Essa sede vai abrigar uma planta fabril muito relevante para a companhia. A Syntec tem o perfil de lançar bastante produtos. Provavelmente nós teremos muitas novidades para esse ano. Temos produtos em desenvolvimento que vão atender o mercado de um modo muito importante. São produtos necessários para a saúde do animal, desenvolvidos a partir de demandas apresentadas pelos veterinários.

Falando de Bichos - Que recados você deixaria para os donos de pet e para os veterinários?

Yolanda Cortes Antunes - Gostaria de passar para o tutor a importância de estar sempre junto com o médico veterinário, fazer as consultas frequentes e trabalhar a prevenção. E para o veterinário, para que ele se sinta parte fundamental do desenvolvimento de novos produtos. Que ele fale quais são as necessidades que ele enfrenta na clínica, para que a gente possa sempre atender essas demandas e colocar bons produtos no mercado. 

Amigos QUE FAZEM BEM

Estudo da Habri revela que 1 em cada 5 donos de pet tiveram um animal de estimação por recomendação de um médico ou terapeuta

O que muita gente já suspeitava ou tinha como sensação acaba de ser confirmado cientificamente: os animais de estimação são muito importantes para a saúde humana. O Human Animal Bond Research Institute (Habri), com sede nos Estados Unidos, anunciou as principais conclusões de sua pesquisa de referência com donos de animais de estimação no território americano. A pesquisa descobriu que a crescente importância e o conhecimento do vínculo humano-animal impulsionam ações para melhorar o bem-estar de ambos.

“Esses novos resultados capturam como os animais de estimação estão na frente e no centro de nossas vidas, uma tendência acelerada pela pandemia”, afirma Steven Feldman, presidente da Habri. “Os pets são tão importantes, especialmente para a nossa saúde mental, que mais de 1 em cada 5 donos disseram que um médico ou terapeuta recomendou a posse de animais.”

A Habri colocou em campo sua pesquisa de referência pela primeira vez em 2016, fornecendo uma janela sobre como as atitudes, conhecimentos e comportamentos mudaram nos últimos cinco anos. Aumentos importantes foram observados naqueles que relataram benefícios à saúde relacionados à posse de animais de estimação e ao tempo

gasto com eles.

- 76% dos donos de pet relatam que sua saúde pessoal melhorou como resultado de possuir um animal de estimação, acima dos 71% em 2016 (+5%)

- 87% dos donos de animais de estimação dizem que experimentaram melhorias na saúde mental com a posse, acima dos 74% em 2016 (+13%)

- 83% dos donos de pets dizem que passam a maior parte ou grande parte ou a maior parte do dia com seus animais de estimação, acima dos 78% em 2016 (+5%)

Conectado a esses aumentos, mais pessoas estão cientes e falando sobre o vínculo humano-animal entre si e com seus profissionais médicos.

- 97% dos donos de animais de estimação estão cientes de pelo menos um benefício para a saúde cientificamente documentado do vínculo humano-animal


- 64% dos donos de animais de estimação conversaram com alguém no ano passado sobre os benefícios para a saúde de ter um pet

- 22%, mais de 1 em cada 5, donos de animais de estimação tiveram um pet recomendado para sua saúde por um médico ou terapeuta

- 63% dos donos de animais de estimação discutiram os benefícios para a saúde do vínculo humano-animal com seu veterinário (75% da Geração Z/Millennials), acima dos 56% em 2016 (+7%)

Os resultados indicam fortemente que quanto mais os donos de animais aprendem sobre pesquisas científicas a respeito dos benefícios do vínculo humano-animal, maior a probabilidade de cuidarem melhor de seus pets. O aumento do conhecimento tem até o potencial de aumentar o interesse por ter animais de estimação.

Os donos de animais de estimação também estão dispostos a fazer mudanças significativas em seu próprio estilo de vida para melhorar o cuidado e a atenção que prestam aos seus animais de estimação. Sessenta e um por cento dos donos de animais de estimação dizem que mudariam de moradia para poderem ter um animal de estimação e 45% mudariam de emprego para que pudessem aumentar o tempo com seu animal de estimação em casa. Há também um número esmagador de donos de animais de estimação que apoiam um papel mais forte dos animais de estimação na sociedade.

A pesquisa nacionalmente representativa de 3.596 adultos dos Estados Unidos foi encomendada pelo Human-Animal Bond Research Institute (Habri) e desenvolvida em parceria com a LRW/Material para obter uma compreensão mais profunda da consciência, atitudes e comportamento dos donos de animais de estimação relacionados ao vínculo com os animais. Os participantes da pesquisa incluíram adultos com mais de 18 anos que possuem pelo menos um animal de estimação. Todos os testes de significância foram feitos com nível de confiança de 95%. 

Mercado movimentou

R\$ 51,7% BILHÕES EM 2021, UM CRESCIMENTO DE 27%

O mercado pet brasileiro faturou R\$ 51,7 bilhões em 2021, segundo dados do Instituto Pet Brasil (IPB). O crescimento em relação a 2020 foi de 27%, mesmo com todas as dificuldades provocadas pela pandemia. Isso comprova que, apesar da crise sanitária e econômica, o brasileiro não só manteve a atenção com seus animais como também aumentou os gastos com os pets.

De acordo com o instituto, pet shops pequenos e médios responderam praticamente pela metade do faturamento do setor. A alimentação foi a responsável pela maior fatia da movimentação e pelo maior crescimento. Confira o desempenho de cada segmento:

1 - Pet Food: R\$ 28 bilhões, ou 55% do faturamento total, com crescimento de 38,6% sobre 2020.

2 - Venda de animais de estimação diretamente dos criadores: R\$ 5,6 bilhões e 11% do faturamento, com alta de 14,9% em relação a 2020.

3 - Pet Vet (Produtos veterinários): R\$ 5,3 bilhões, 10,2% do faturamento e alta de 11%.

4 - Serviços gerais: R\$ 4,8 bilhões, 9,2% do mercado e 15,6% de aumento.

5 - Serviços veterinários: R\$ 4,7 bilhões, 9,3% do mercado e 14,3% de alta.


6 - Pet Care (produtos de higiene e bem-estar animal): R\$ 2,8 bilhões, 5,4% do mercado e 19,5% de crescimento.

Sindan - O ano de 2022 deve manter a tendência de crescimento do mercado de saúde animal observado nos últimos anos, de acordo com o Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Saúde Animal (Sindan). O setor, que apesar das dificuldades impostas pela pandemia cresceu acima da expectativa em 2021, deverá manter um crescimento na casa dos dois dígitos.

O destaque em 2022 tende a ser o mercado Pet, impulsionado pela chegada de novos produtos e os cuidados cada vez maiores com os animais de companhia. A projeção de crescimento deste segmento é de 16,5%, antes 12% do setor de saúde animal como um todo.

O presidente do Sindan, Delair Bolis, afirma que o desempenho do setor esse ano deve ser puxado pelo boom das commodities, que aumentou o índice de medicalização dos animais de

produção, e o maior cuidado com os animais de companhia, vistos cada vez mais como integrantes da família.

Apesar de crescimento no ano passado, o setor enfrentou fortes aumentos nos custos de produção ou importação, potencializado pela escassez de insumos. E isso exigiu muito das empresas, que precisaram se ajustar para manter sua eficiência operacional. 




Redução do IPI

INDÚSTRIA COMEMORA, MAS QUER ALÍQUOTA ZERO

O decreto presidencial 10.979, publicado no dia 25 de fevereiro, alterou a Tabela de Incidência de Impostos sobre Produtos Industrializados (TIPI) sobre uma série de produtos, entre eles os destinados aos animais de estimação. As alterações já estão em vigor. A alíquota, que era de 10%, baixou para 7,5%, uma redução de 25% no valor pago em IPI ao governo federal pelo setor. Os produtos pet ainda sofrem tributação de ICMS e PIS/Cofins.

A Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet) considera a redução uma vitória do setor, mas defende IPI zero para esses produtos. Um dos motivos para isso é que até hoje a Receita Federal considera o produto pet como supérfluo. Enquanto isso, diversos setores da sociedade entendem o animal de estimação como parte da família e os produtos voltados para eles são essenciais para sua saúde e bem-estar.

A entidade afirma que mantém o diálogo constante com os órgãos federais, estaduais e municipais para que outros impostos e contribuições sejam reduzidos ou mesmo zerados. Com a nova alíquota do IPI estabelecida pelo decreto presidencial, o pet food ainda tem uma carga tributária que equivale a quase 50% de seu valor. 




Biovet lança Totalis

LINHA DE BISCOITO PARA CÃES ADULTOS E FILHOTES

A tendência de humanização dos pets favorece cada vez mais o contato dos cães com outros animais em creches, parques, passeios ou viagens. Essa nova realidade exige cuidados adicionais. Os tutores estão buscando as melhores soluções de vermifugação disponíveis, através de produtos que sejam seguros e de alta qualidade. Para atender essa demanda, a Biovet lançou o Totalis, que é a solução mais completa em vermifugação. O Totalis é palatável, sulcado e na dose certa, com apresentações para cães pequenos (Mini), médios (Medium) e grandes (Maxi).

“Dentro dessa tendência de humanização do mercado pet, os tutores cada vez mais estão em busca da melhor solução para proteger seu cão e sua família de verminoses e doenças”, reforça a diretora da Unidade de Negócios Pet Biovet, Carol Galli. “Nesse sentido, Totalis é justamente a solução mais completa em vermifugação. Palatável, na dose certa, segura para todas as raças, e com am-



plu espectro de ação, prevenindo zoonoses e garantindo saúde tanto ao pet como à família em todos os lugares, em cada situação”. 

Uma horta para seu pet


ISLA LANÇA LINHA DE SEMENTES DE PLANTAS QUE OS ANIMAIS DOMÉSTICOS PODEM COMER



Se você é apaixonado por plantas e por pets vai adorar esta novidade da Isla Sementes, empresa brasileira com o mais diversificado portfólio de sementes de hortaliças, flores, ervas e temperos do Brasil. Já ficou preocupado ao ver seu pet in-

gerir alguma plantinha da sua horta, sem saber se ela poderia ser tóxica? Para minimizar este medo que muitas pessoas têm de intoxicar seus animais de estimação com um consumo inadequado, a empresa pesquisou quais as frutas, legumes e verduras mais recomendadas para o consumo por animais domésticos. E criou uma linha de sementes selecionadas, que podem ser cultivadas na horta e consumida por cachorros, gatos e quatro espécies de pássaros: calopsitas, periquitos, canários e papagaios.

Inicialmente são 20 tipos de sementes de frutas, legumes, verduras e micro-verdes. Cultivares para todos os tamanhos de horta e para deixar a alimentação de toda a família mais saudável e saborosa. Lembrando que para garantir um consumo seguro, é indispensável consultar um veterinário.

“Estamos muito empolgados com esta inovação capaz de unir dois hábitos tão benéficos para as pessoas, pois com um pet e uma horta por perto é bem mais fácil ser feliz!”, afirma Andrei Santos, diretor de Planejamento Estratégico da Isla Sementes. 

Fortekor Flavour™

TRATA DOENÇA RENAL CRÔNICA TAMBÉM EM CÃES

A Elanco, que já tem posição consolidada na linha de medicamentos cardiorenais, com a família Fortekor™, obteve aprovação do Fortekor Flavour™, indicado para tratamento de cães acometidos pela Doença Renal Crônica (DRC). “Sempre obtivemos excelentes resultados com o medicamento no tratamento de gatos com essa enfermidade. Agora ficamos muito felizes em obter a comprovação de que seus benefícios se estendem também aos cães”, afirma a médica veterinária e consultora técnica da Elanco, Mariana Cappellanes Flocke.

A DRC é uma doença difícil de ser detectada e por isso requer mais atenção. Com base nessa realidade, a Elanco realizou em março uma campanha voltada aos donos de cães e gatos, para alertar sobre os sinais de que os animais podem estar doentes. Os principais sintomas são perda de apetite, emagrecimento, sede demasiada, urinar em excesso, diarreia e vômitos.



É muito importante que os tutores consigam identificar os primeiros sinais da doença, porque quanto antes for feito o diagnóstico maiores são as chances de se preservar a qualidade de vida do animal. A DRC é uma enfermidade degenerativa, não tem cura. 🐾

Tirar o sal da alimentação

É UM RISCO PARA A SAÚDE DO ANIMAL



A Adimax, uma das maiores fabricantes brasileiras de alimentos para cães e gatos, alerta para um risco que os animais de companhia podem estar enfrentando por conta de uma postura adotada pelos tutores. Restringir ou eliminar o sódio (ou sal) da alimentação dos pets pode acarretar diversos problemas de saúde. E

muitos proprietários acreditam que, fazendo isso, estarão tornando o animal mais saudável.

Tanto na medicina humana quanto na veterinária, a ingestão moderada do sódio está relacionada com o controle de problemas cardíacos e renais. A principal diferença está na tolerância ao componente. Em humanos, mesmo saudáveis, o consumo em excesso pode causar danos à saúde. Nos pets, a tolerância é bem maior.

“Os cães e gatos saudáveis toleram maiores níveis de sódio devido ao seu mecanismo fisiológico compensatório. Neles, o equilíbrio é mantido

por meio de alterações na excreção urinária desse mineral”, explica Lara Volpe, médica veterinária da Adimax. O melhor é sempre consultar um veterinário quando for mudar a dieta do animal.

Alimento fresco - A Fórmula Natural Fresh Meat, linha super premium da Adimax, proporciona uma nutrição de altíssima qualidade. Os produtos são feitos com carne fresca e incluem frutas e vegetais como fontes de fibras. Os alimentos colaboram para a saúde intestinal, da pele e pelagem, das articulações e combatem radicais livres. Nos gatos, têm o cuidado com o sistema urinário. 🐾

Seguro Rural x Seguro Agrícola

Entenda a diferença entre um e outro. E suas implicações jurídicas

Marcos Lopes - Rucker Curi Advocacia e Consultoria Jurídica.

O Seguro Rural se apresenta como um dos mais importantes mecanismos de desenvolvimento da política agrícola do país, em razão da proteção que fornece aos segurados contra perdas decorrentes de fenômenos climáticos adversos, falha de equipamentos, entre outras adversidades. Ele é tão abrangente que protege, além das atividades agrícolas, as atividades de pecuária, patrimônio dos produtores rurais, os produtos comercializados, insumos, vida dos animais e plantações, trazendo segurança a quem empreende nessas atividades.

Assim, para a garantia de proteção dos produtores, é fundamental o

prévio conhecimento sobre os seguros disponíveis no mercado, as coberturas oferecidas, os critérios de contratação, e como são realizados os pagamentos de indenização em casos de eventos climáticos adversos. Seguindo na linha do conhecimento dos produtos oferecidos pelas seguradoras, é importante diferenciar o Seguro Rural do Seguro Agrícola.

O Seguro Rural se subdivide nas modalidades que englobam o Seguro Agrícola, pecuária, benfeitorias, produtos agropecuários, entre outros produtos. Já o Seguro Agrícola é um dos principais ramos do Seguro Rural, que tem o objetivo de proteger

o investimento do produtor desde o plantio. Ou seja, este seguro foi criado para proteção das plantações contra eventos climáticos, tais como granizo, chuva excessiva, geada, ventos fortes e seca, garantindo ao segurado a indenização pelo rendimento estimado com a venda da sua colheita.

No Brasil, a implementação e administração do Seguro Rural como política agrária começou com a constituição da Companhia Nacional de Seguro Agrícola (CNSA), proposta por meio da Lei nº. 2.168/1954. Com o advento da Lei nº. 5.969/1973, foi constituído o Programa de Garantia da Atividade Agropecuária (PROAGRO), visando isentar o produtor rural de obrigações financeiras relacionadas com operações de crédito.

A Constituição Federal de 1988, através do artigo 187, declarou o Seguro Agrícola como instrumento de planejamento e execução da Política Agrícola. Tais medidas foram importantes, pois, ao longo dos anos, percebeu-se que a ausência de contratação de um Seguro Rural poderia levar os produtores a uma maior dificuldade em manter as suas atividades, sucumbindo à primeira adversidade que eventualmente possa ocorrer.

Mesmo com a pandemia da Covid-19, dentre os três grandes setores da economia (Serviços, Indústria e Agropecuária), o setor agropecuário emergiu como o único setor em crescimento. Segundo estatísticas do Ministério da Agricultura, Pecuária



Seguro Rural, que tem o objetivo de proteger o investimento do produtor.

e Abastecimento, em 2021, “o faturamento das lavouras cresceu 12,3%, e o da pecuária, 5,4%, com destaques para colheitas de soja, milho, cana-de-açúcar e café”.

Com um mercado crescente, torna-se imprescindível resguardar todo o investimento dos produtores através da contratação do Seguro Rural e suas modalidades, viabilizando a concretização do crescimento e expansão no mercado, além de minimizar riscos, trazendo tranquilidade e segurança em relação a eventos imprevisíveis.

Apesar dos resultados positivos, mesmo nos últimos anos em que as safras têm batido recordes, eventos climáticos de abrangência regional têm afetado os produtores, causando perdas significativas em suas lavouras e, conseqüentemente, na sua rentabilidade. O que ratifica a contratação do Seguro Rural para garantir a produtividade, evitando perda de renda para o produtor, com o pagamento das indenizações securitárias.

COMO FUNCIONA A CONTRATAÇÃO DE UM SEGURO RURAL

A contratação poderá ser efetuada por qualquer pessoa física ou jurídica que queira cultivar ou produzir, ou explorar atividade pecuária de espécies de animais contempladas pela apólice. O segurado deverá observar todas as coberturas e a produtividade estipulada pela seguradora, fazendo a leitura atenta das condições gerais e particulares da apólice, com ajuda de seu corretor de seguros.

A título de exemplo, dentro do Seguro Rural na modalidade Agrícola, a apólice é contratada com a estipulação do

preço da lavoura, de determinado produto versus a produtividade estipulada para aquele município ou para o produtor, a média da produtividade, chegando-se em um valor máximo garantido pela apólice de seguro.

Como os seguros têm em sua raiz a boa-fé objetiva do segurado, não é permitida a presunção de que a seguradora possa ter conhecimento de circunstâncias que não constem da proposta de seguro e daquelas que não lhes tenham sido comunicadas posteriormente pelo segurado, conforme previsto nas condições gerais e nas circulares da Superintendência de Seguros Privados (Susep).

Em caso de sinistro, o produtor deve informar imediatamente à seguradora, conforme orientações descritas nas condições gerais da apólice, sob pena de perder o direito à indenização.


Constatado o prejuízo e o respectivo enquadramento em uma das coberturas contratadas, o pagamento da indenização será realizado em até 30 dias, contados do fornecimento de todas as informações exigidas pela seguradora e que foram definidas no contrato.

O SEGURO RURAL NO BRASIL

Segundo dados do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, estima-se que, em 2021 (janeiro a outubro), os agricultores receberam cerca de R\$ 3,6 bilhões em indenizações de Seguro Rural. Os valores indenizados pelas companhias seguradoras representam crescimento de 75,6% sobre os R\$ 2,097 bilhões pagos no mesmo período de 2020. O ano passado fechou com total de R\$ 2,5 bilhões em pagamentos de sinistros.

Neste sentido, a Susep divulgou o compilado mensal dos principais dados relativos ao desempenho do setor de Seguro Rural até novembro de 2021. Informações, estas, obtidas a partir dos dados encaminhados pelas companhias seguradoras. Os dados agregados são disponibilizados para diversos segmentos, dentre eles, o de Seguro Rural das atividades agrícolas, aquícolas, de florestas e pecuária.

Em relação a 2022, especialistas alertam para uma maior quantidade de eventos adversos, em especial relacionados ao clima que gerou, desde dezembro de 2021, recorde em abertura de sinistros. Neste sentido, a expectativa é de aumento no preço do prêmio (valor pago mensalmente pelos segurados), aumento do custo do seguro, pois as seguradoras vêm pagando um número crescente de indenizações e o preço final da apólice está relacionado ao custo de produção e suas variáveis.

Diante deste cenário, a contratação do Seguro Rural e suas diversas modalidades se mostra imprescindível frente às adversidades, especialmente considerando a expansão do setor nos últimos anos, mesmo com a pandemia. 

“A Constituição Federal de 1988 declarou o Seguro Agrícola como instrumento de planejamento e execução da Política Agrícola”.

Agro Brasil e Mundial 2022 vai!

Os executivos do mundo inteiro estão otimistas. Existem desafios, mas a performance de 2021 e as perspectivas apontam bons resultados



85% dos CEOs brasileiros acreditam em melhora da economia local.

CEOs do Brasil e do mundo apostam em uma aceleração global da economia em 2022. Há dez anos, não era visto um índice de otimismo tão elevado entre as lideranças globais. Os dados estão na 25ª edição da Pesquisa Anual Global com CEOs da PwC (25th Annual Global CEO

Survey), que ouviu mais de 4.400 executivos em 89 países, com uma participação expressiva de líderes do Brasil. O estudo aponta que 77% dos participantes no Brasil e no mundo acreditam na retomada econômica global e local em 2022. Apesar do alto índice, o percentual revela que o otimismo

do brasileiro diminuiu em relação ao mesmo período do ano passado. Na edição anterior, 85% dos CEOs brasileiros acreditavam em uma melhora da economia local.

Ainda assim, o otimismo brasileiro é considerado alto e foi provocado

principalmente pelo aumento dos negócios entre os países e a retomada das viagens e do consumo no mundo. Nesta edição, a percepção dos brasileiros, historicamente otimista, é semelhante à média global. Para 6% dos respondentes brasileiros, a economia permanecerá estável. 17% acreditam que a economia global deve retrair. No mundo, 7% apostam na estabilidade econômica e 15% esperam por uma desaceleração na economia. “A aceleração da vacinação e a retomada gradual da vida e dos negócios são as principais razões desse otimismo no Brasil e no mundo, com os executivos seguindo com seus planos de investimentos e contratações de talentos para o desenvolvimento de suas atividades”, analisa Marco Castro, sócio-presidente da PwC Brasil.

O estudo revela a tendência de um pequeno aumento do otimismo em países como Japão, Índia e Reino Unido, e de redução desta percepção no Brasil, na China, Alemanha e nos EUA. Um dos pontos de atenção é a diminuição no interesse de outros

países em fazer negócios com o Brasil nos últimos anos. Desde 2013, o Brasil caiu sete posições no ranking que avalia a importância de um país como mercado estratégico para os CEOs globais. Ainda dentro do contexto de ambiente de negócios, a CEO Survey indica que os Estados Unidos, a China e a Argentina serão os principais mercados estratégicos para empresas brasileiras nos próximos 12 meses. A expectativa de negócios com os Estados Unidos cresceu de 40% em 2021 para 50% em 2022; com a Argentina de 9% para 19%; e com a China houve uma leve estabilidade de 33% para 34% em 2022. Em relação à expectativa de crescimento da receita de suas empresas para os próximos 12 meses, os líderes brasileiros se mostram mais otimistas na comparação com os executivos de outros países. 63% dos brasileiros afirmam estarem confiantes em relação ao aumento da receita, enquanto o percentual global é de 56%.

No mundo, os representantes de empresas dos segmentos de private

equity (67%), tecnologia (64%), setor imobiliário (63%), de seguros (63%) e indústria farmacêutica (63%) estão entre os mais confiantes em relação ao aumento das receitas no próximo ano. O otimismo também aparece nos resultados dos líderes nacionais das indústrias do agronegócio (74%), serviços financeiros (61%), consumo (68%) e tecnologia, mídia e telecomunicações (67%). No longo prazo, as expectativas para as receitas são ainda maiores entre os executivos no Brasil. Com a perspectiva de um maior consumo de produtos e serviços para os próximos três anos, a previsão é de aumento de receita para 84% dos CEOs brasileiros de Serviços Financeiros, 83% de Tecnologia, Mídia e Telecomunicações, de 80% para os executivos do Agronegócio e de 74% do setor de Consumo.

AMEAÇA AOS NEGÓCIOS

Globalmente, os riscos cibernéticos e os riscos à saúde são os principais temores dos CEOs (49% e 48%, respectivamente). O impacto em vendas de produtos e serviços e na



“Alguns países, como China e Rússia, anunciaram restrições nas exportações de insumos, por causa da baixa oferta, o que provocou um aumento acentuado nos preços dos produtos. É fundamental que o Brasil mantenha um bom relacionamento com todos os parceiros comerciais”.

Alexandre Mendonça de Barros – Agrônomo e Consultor

“O Brasil precisa de uma melhor coordenação da cadeia produtiva, com integração de negócios entre as principais empresas do setor privado e a agropecuária. A JBS e o Bradesco, por exemplo, que são duas das 15 maiores empresas do país, ao invés de existirem programas de parcerias para expansão dos negócios em conjunto, o que acaba ocorrendo são conflitos, como o do início deste ano”.

José Luiz Tejon – Consultor e Publicitário da Biomarketing



“A grande preocupação é estabelecer o Agronegócio como o centro da geopolítica nacional. Diversos aspectos precisam ser trabalhados para que o Brasil aperfeiçoe o setor nesse cenário, como competitividade, sustentabilidade, produtividade, investimento em pesquisa, procura por diversificação, acordos comerciais, agregação de valores e outros temas. O setor privado terá um papel de relevância para coordenar a visão geopolítica do agronegócio nacional. Isso porque, no Brasil, existe uma discordância entre entidades acerca de qual ponto do setor trabalhar. Enquanto algumas focam nos problemas de crédito, outras estão mais preocupadas com as questões ambientais. Essa é uma característica presente no Brasil, evidenciada na pandemia, quando distritos estaduais começaram a tomar medidas de forma arbitrária, sem nenhuma coordenação. A arbitrariedade das decisões estatais causa um desequilíbrio no agronegócio brasileiro. Por exemplo, a decisão do Governo de reduzir a mistura de biodiesel no diesel vendido nos postos de combustível como uma tentativa de controlar o preço do óleo vegetal. Foi uma medida intervencionista de péssima qualidade”.



Caio Carvalho - Presidente da Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG)

capacidade de inovar através de tecnologia e processos é listado como as principais ameaças dos riscos cibernéticos. Já os riscos à saúde preocupam tanto no impacto que podem causar em vendas de produtos e serviços quanto na atração e retenção de talentos e competências essenciais. Entre os CEOs brasileiros, a maior preocupação é a instabilidade macroeconômica (69%) e seus potenciais impactos em vendas de produtos e serviços e na capacidade de levantar capital, seguida por riscos cibernéticos (50%). A preocupação sobre a desigualdade social e seus impactos também em vendas de produtos e serviços e na capacidade de atrair e reter talentos e competências essenciais é significativamente mais impactante para os executivos locais. Uma das novidades da 25ª CEO Survey foi a criação de um ‘índice de confiança do consumidor’. Os CEOs de empresas com as mais altas pontuações neste índice são: mais confiantes sobre o crescimento futuro das receitas; mais propensos a liderar empresas que têm compromissos

Net Zero; e mais propensos a ter sua remuneração vinculada a resultados não financeiros.

COMPROMISSOS SUSTENTÁVEIS

A urgência do combate às mudanças climáticas e iniciativas de inclusão foi colocada à prova nesta edição e os resultados mostram que o tema entrou nas agendas das corporações, mas que ainda há muito que avançar. Apesar dos crescentes interesses nos temas, as estratégias das empresas ainda são influenciadas principalmente por métricas de negócios não condicionadas às questões ambientais e sociais. A maioria dos CEOs no Brasil e no mundo tem metas relacionadas à satisfação do cliente, engajamento de funcionários e automação, ou digitalização, todas incluídas em suas estratégias de longo prazo, quando questionados sobre resultados não financeiros vinculados ao desempenho do negócio. Entretanto, metas relacionadas à diversidade de gênero, redução de emissões de CO2 e índices de representatividade étnica foram mencionadas por 13% ou menos dos CEOs como parte do seu plano de

remuneração variável. 27% dos CEOs no Brasil e 22% no mundo assumiram compromissos Net Zero, enquanto 29% no Brasil disseram que estão com compromissos em andamento, mesmo número da média global. A indústria mundial de Energia Elétrica e serviços de utilidade pública (40%) e Energia (39%) são as que mais têm compromissos Net Zero.

31% no Brasil e 26% no mundo declararam terem firmado compromissos de carbono neutro, revela o estudo. O percentual de participantes que não assumiu nenhum dos dois compromissos é de 36% no mundo. Nestes casos, os CEOs ouvidos dizem não ter compromissos por emitir pouco ou não saber como medir e gerenciar a descarbonização. “Apesar de números ainda baixos, é positiva a inserção de metas de Sustentabilidade nas agendas das empresas e nas estratégias de negócios, pois mostra que os líderes estão comprometidos de alguma forma com a redução das emissões dos gases de efeito estufa. Sabemos que há muito a ser feito ainda, mas o caminho está sendo traçado”, complementa Marco.

O estudo indica também o crescimento na percepção das empresas em relação a seus ativos, recursos e relacionamentos como fatores que favorecem mais a criação de valor financeiro do que a redução de emissões de gases do efeito estufa (GEE). Estes mesmos elementos passam a ter mais impacto do que a regulamentação go-

vernamental na redução das emissões. A CEO Survey mostrou ainda que empresas que assumiram compromissos com alinhamento científico têm uma tendência maior a incluir metas de emissões em suas estratégias corporativas e planos de remuneração dos CEOs. 70% dos CEOs responderam que as suas metas Net Zero com

alinhamento científico estão alinhadas às estratégias corporativas no longo prazo e 34% a bônus anual ou plano de incentivos. Para os executivos, os fatores que mais influenciam os compromissos Net Zero são atenuar os riscos das mudanças climáticas e atender às expectativas dos consumidores. **AR**



“Os resultados das exportações do Agro do Brasil são reflexo não só de condições externas econômicas, como a cambial, mas também do próprio potencial do agronegócio brasileiro. Mesmo no contexto de pandemia, tivemos todas as cadeias produtivas do setor ativas e dinâmicas, implementando medidas necessárias de proteção dos colaboradores. Além disso, temos práticas de sustentabilidade reconhecidas no mundo todo, que também garantiram credibilidade aos produtos brasileiros em 2021. Nossas ações estratégicas das marcas setoriais divulgam ao mundo a qualidade da produção do Brasil”.

Márcio Rodrigues - Gerente de Agronegócios da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil)

“Espero que o Senado e a Câmara dos Deputados retomem a tramitação da Reforma Tributária. O compromisso assumido pelo governo, em 2021, foi de que o novo modelo não implicaria em aumento de impostos, mas as propostas fatiadas em tramitação no Legislativo resultarão na majoração da taxa. Isso teria impacto significativo no nosso setor, aumentando os custos da produção de alimentos, biocombustíveis e commodities agrícolas, em prejuízo da população e da economia nacional. Defendemos a consolidação das proposições em texto único, com o estabelecimento de um modelo mais justo, proporcional e desburocratizado, que não onere os alimentos, os insumos agrícolas e o produtor rural, na base das cadeias produtivas. É isso que estamos defendendo perante o Executivo e o Legislativo neste novo ano. O setor já é um grande gerador de postos de trabalho e renda no País. E poderá criar ainda mais oportunidades, caso os produtores possam direcionar seus recursos para investimentos que, conseqüentemente, se transformarão em novos empregos. Quem ganha é a sociedade como um todo”.



Fábio de Salles Meirelles - Presidente da Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de São Paulo (FAESP)

“Assinamos no fim do ano passado o convênio ‘Wines of Brazil’, com a Apex Brasil e foi o momento ideal. Em função de variáveis macroeconômicas, como as taxas de câmbio, nossos vinhos e espumantes têm tido grande demanda no exterior. Quando surgiu a possibilidade de firmar esse projeto, nos preparamos durante um ano, organizando os produtores das vinícolas e trabalhando na estrutura para aumentar a produção. Estamos otimistas”.

Rafael Nascimento - Gerente de Promoção Comercial da União Brasileira de Vitivinicultura (UVIBRA)

“Nosso país tem os mais altos padrões sanitários do mundo. Nunca tivemos, por exemplo, influenza aviária, ao passo que boa parte dos nossos concorrentes internacionais têm problemas sérios com isso. Divulgar nossos pontos positivos nos projetos setoriais é um elemento que os torna peça chave para o sucesso de exportações. As ações que desenvolvemos fortalecem a imagem do Brasil no exterior, como a grande ação que fizemos no ano passado, com mais de 300 banners sobre a qualidade da nossa proteína, em estações de metrô da Coréia do Sul. Também estivemos presentes no Japão durante as Olimpíadas, com ações de divulgação na esquina mais movimentada do mundo, a Shibuya, em Tóquio”.



Luís Rua - Diretor de Mercados da Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA)

“A exportação de carne bovina em 2021 tem ainda mais relevância se considerado o contexto em que vivemos de pandemia e de um período de embargo da China. É reflexo do trabalho feito em sinergia entre setor público e privado. Por exemplo, foi fundamental a publicação do decreto pelo governo federal que incluiu como serviço essencial o funcionamento de toda a cadeia de alimentos e bebidas. Assim como é relevante o Brazilian Beef, da ABIEC e da ApexBrasil, que há 21 anos dá visibilidade e credibilidade à carne brasileira e promove participação dos produtores em eventos que abrem portas do mundo todo”.



Antônio Jorge Camardelli – Presidente da Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes (ABIEC)

“Diferente de outros setores do agro, como o de grãos, a fruticultura do nosso país é fomentada, principalmente, por médios e pequenos produtores. Nesse sentido, são muito importantes ações que o fortaleçam, como as participações internacionais, organização e otimização da própria cadeia produtiva internamente, investir na modernização das nossas operações. Bate-mos o recorde de exportações, com 1,21 milhão de toneladas, 18% a mais do que no ano anterior. Um dos principais fatores que favoreceram esses resultados foi a questão cambial, com dólar e euro valorizados frente ao Real, além dos altos níveis de produção interna. Outro fator que explica o número recorde foi a intensificação do consumo de alimentos saudáveis na pandemia”.



Jorge Souza - Secretário de Comércio e Relações Internacionais da Associação Brasileira dos Produtores Exportadores de Frutas e Derivados (Abrafrutas)

“Em 1997, o Brasil era o segundo maior importador mundial de algodão. Com o tempo, investi no aumento da produção interna, em tecnologia e melhorias nos processos produtivos. Hoje, possuímos a maior produtividade mundial de algodão não-irrigado. Além disso, apresentamos o algodão brasileiro para mais de três mil empresários do setor têxtil asiático, dentro do plano Cotton Brazil, com o apoio da ApexBrasil, a Associação Nacional dos Exportadores de Algodão, o Ministério das Relações Exteriores e as nossas embaixadas. Sempre focando em sustentabilidade, rastreabilidade e qualidade do nosso produto”.



Júlio Cezar Busato - Presidente da Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (ABRAPA)



APEXBRASIL IMPULSIONA NOSSO AGRO

Destaque para proteína animal, frutas e algodão. As vendas internacionais do agro em 2021 cresceram 18,4%. Só alimentos e bebidas emplacaram evolução de 16,8%. Graças a projetos setoriais da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). Foram resultados recordes. Aumento de volume de 81,5% nas exportações de ovos, 23% de algodão e 11% de carne suína. Em receita, houve crescimento de 25,7% nas vendas externas de carne de frango, 20% de frutas e 9% de carne bovina. São ações de marketing e relações públicas, além de participação das empresas integrantes das marcas em eventos internacionais, como a Gulfood, principal feira de alimentos e bebidas do Oriente Médio, a Sial Paris e a Sial China, maior feira de produtos alimentícios inovadores da Ásia.



FRUTICULTURA

O setor faturou US\$ 1 bilhão com exportações no ano passado. Graças a ações de vendas em eventos internacionais e planos de divulgação da fruta brasileira como um produto de qualidade para a saúde.



PECUÁRIA

Na proteína animal, destaque para os projetos Brazilian Chicken, de carne de frango, o Brazilian Egg, para exportação de ovos in natura e processados, e o Brazilian Pork, para promoção da carne suína brasileira, realizados com a Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA). Para a carne bovina, desde 2001, a Apex Brasil desenvolve com a Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes (ABIEC) o Brazilian Beef, marca responsável por 98% das exportações da proteína. Em 2022, a expectativa é faturar a marca histórica de US\$ 10 bilhões. Ovos in natura e processados direcionados principalmente aos Emirados Árabes Unidos, Japão e Omã. Metade da carne suína foi para a China. E carne de frango de montão para a Ásia.



ALGODÃO

De agosto de 2020 a julho de 2021, o Brasil exportou 2,4 milhões de toneladas, nada menos do que 23% a mais do que no ciclo anterior. Uma receita de US\$ 3,77 bilhões. A China foi o principal destino, 30% do total exportado. Além de remessas da fibra, fruto de muito trabalho e investimento em tecnologia, para China, Vietnã, Paquistão, Bangladesh, Turquia, Coreia do Sul, Índia, Indonésia e Tailândia.

Estratégias Comerciais para a Distribuição de Insumos

Como vencer os desafios dos preços dos insumos e da consolidação do setor



É fato que a distribuição de insumos no Brasil vem passando por diversos desafios. Um dos fatores foi o preço dos insumos ter subido consideravelmente em 2021, colocando pressão na margem da distribuição. Mas, por outro lado, traz a possibilidade de alavancar faturamento. Outro fator é a consolidação no setor que continua em desenvolvimento, tornando forte a competição por vendas com a formação de grandes grupos. Ou até mesmo a mudança do perfil do produtor, que está cada vez mais exigente e demandante, seja em quesito de informações técnicas sobre produto, suporte a campo ou contratação de serviços. Frente a esses desafios, muitos distribuidores

resolvem revisar a estratégia empresarial com o objetivo de traçar um plano para contornar os obstáculos de mercado e alavancar o crescimento sustentável nos próximos anos. Um dos pilares centrais da estratégia, e que os distribuidores precisam dar foco, são as estratégias comerciais. Neste artigo, apresentamos algumas direções para distribuidores necessitando criar ou até mesmo fortalecer sua estratégia comercial.

A estratégia comercial coordena uma série de ações entre marketing e vendas e procura oportunidades para criar valor para o produtor. Desenvolvendo ou revisitando essa estratégia, algumas perguntas precisam ser respondidas:

- Quais mercados (ex. regiões) devemos focar?
- Quais produtores devemos focar?
- O que devemos oferecer para esses produtores?
- Como conquistamos esses produtores de forma rentável?
- Como crescemos ou retemos os produtores eficientemente?
- Como está nossa performance comercial atualmente?

Para responder essas perguntas, três fatores precisam ser considerados. São eles a Inteligência de Mercado, Criação das Estratégias e Implementação. Neste artigo, damos ênfase à inteligência de mercado e à implementação, tendo em vista que são os aspectos mais críticos para sucesso da estratégia comercial.

INTELIGÊNCIA DE MERCADO

A inteligência de mercado é o pilar central para a estratégia comercial. Com a inteligência, é possível entender diversos indicadores que permitem norteamento da estratégia. Entre diversos indicadores que podem ser considerados, destacamos três que os distribuidores devem dar foco.

POTENCIAL DE MERCADO & POTENCIAL DE MERCADO ACESSÍVEL

Potencial de mercado, como o nome diz, se refere a quanto os clientes em determinada região podem gastar com a compra de produtos ou serviços. Apesar do indicador ser uma conta simples de entender, uma série de fatores devem ser considerados.

Quais cultivos são mais relevantes na região? Qual a área plantada desses cultivos? Quanto o produtor gasta com produtos e serviços em média por hectare em cada safra? Após responder essas perguntas, os distribuidores irão chegar a um número potencial de mercado. No entanto, ainda é necessário refletir: em cima desse potencial, eu tenho todos os produtos e serviços para oferecer ao meu cliente? Quanto do total potencial é mercado para meus produtos e serviços? A resposta dessa pergunta é o Potencial Acessível e permite um entendimento real do que é alcançável. E, a partir dele, podemos analisar nossa performance, entendendo qual nosso market share, e identificar oportunidades de crescimento com diferentes estratégias.

RECORRÊNCIA DE COMPRA

Outro indicador relevante a ser considerado é a recorrência de compra dos produtores em determinada região. A consolidação de dados de compra do cliente alinhados ao entendimento do quanto é o potencial de compras deste produtor permite entender a taxa de sucesso da equipe comercial. Clientes com alta recorrência histórica de compras que não retornaram na última safra podem indicar uma série de fatores de insatisfação que devem ser explorados durante a revisão da estratégia comercial.

MARGEM POR CLIENTE

Margem de lucro é um indicador bastante simples, comum e adotado por todas as empresas. No entanto, analisar esse indicador em nível de segmento de produtores ou produtores individuais é fundamental. Diferentes segmentos possuem diversos tipos de padrão de compra (ex. transacionais e relacionais) que demandam diferentes ações da equipe de cam-

po. Muitas vezes, custos escondidos no atendimento (exemplo do número de visitas, dos descontos) podem impactar na margem trazida por determinado segmento que precisa ser revisado. Dessa forma, os distribuidores necessitam ter um entendimento granular das receitas e despesas com clientes para ter uma visão clara da atratividade dos segmentos de produtores que estão atendendo.

IMPLEMENTAÇÃO

Com uma definição clara de indicadores e dados que podem apoiar em um entendimento aprofundado do negócio e a definição de direcionadores estratégicos, os distribuidores precisam implementar a estratégia. Contudo, como fazer essa implementação? Na nossa visão, existem três desafios que são mais comuns na execução de um plano estratégico. Apresentamos os desafios e recomendações para distribuidores superá-lo:

ESTABELECIMENTO DE METAS NÃO CLARAS

Recomendação: adote uma metodologia de definição de metas. Existem diversos métodos para medir metas, como OKR, SMART e outros. É importante que a empresa escolha um e certifique-se que cada gerente fique responsável pelos objetivos de sua equipe. Reuniões periódicas devem ser feitas para garantir a execução correta.

FALTA DE ALINHAMENTO DA ESTRATÉGIA COM PESSOAS

Recomendação: a comunicação é fundamental na execução de qualquer nova estratégia. Um plano de comunicação eficaz deve ser iniciado de cima para baixo. A falta de comunicação resulta em equipes desarticuladas e incerteza generalizada. Dessa forma, os distribuidores precisam criar estratégias para que o vendedor no campo até a

equipe de suporte interno esteja alinhado aos mesmos objetivos.

INCAPACIDADE DE ACOMPANHAR O PROGRESSO

Recomendação: empresas precisam criar processos e formas de acompanhar a performance das equipes alinhadas à estratégia comercial. Muitos distribuidores possuem acompanhamento desestruturado e com frequência baixa. Informações de performance da equipe comercial demoram para chegar e atrasam a tomada de decisão necessária para fechar negócio. Uma revisão dos sistemas e processos de coleta de dados e performance do produtor é necessária para facilitar o acompanhamento do progresso da estratégia. AR

Rodrigo Lourenço

Professor de Administração da USP (Ribeirão Preto) e FGV (São Paulo).

Rodrigo Alvim

Especialista em Planejamento Estratégico, Canais de Distribuição de Insumo, Gestão Financeira e Análises de Investimentos.



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

Consolidação e Expansão da Rede de Distribuição de Insumos Agrícolas

O caminho é formar e desenvolver pessoas competentes, além de investir na transformação digital dos negócios

O histórico recente de consolidação e o cenário de continuidade de expansão das redes de negócios de distribuição já é bastante conhecido e a tendência de continuidade desse tema é quase certa, de acordo com levantamentos realizados pela Markestrat. Entretanto, 'silenciosamente', mudanças estruturantes vem acontecendo no mercado de distribuição de insumos e, porventura, podem estar passando despercebidas pelos agentes da cadeia. Algumas dessas mudanças envolvem a própria expansão de novos modelos operacionais de lojas ou pontos de vendas, com distribuidores e revendas abrindo novas lojas em formato menor, com estrutura mais focada no atendimento a clientes e menos nas operações, como armazenamento, por exemplo. Ademais, já começam surgir as iniciativas de lojas conceito e centros de experiência, bem

como deveremos ver outros novos modelos, como franquias e outros modelos integrando atividades online e física.

Nesse contexto, um dos temas que temos avaliado é a mudança da competitividade e intensidade na 'corrida' pelos agricultores. E o fato principal é que, em geral, o número de pontos de vendas cresce mais rápido que a área plantada ou número de produtores nas principais regiões. Dados da Pesquisa ANDAV de 2021, indicam que os distribuidores associados devem abrir mais de 750 lojas nos próximos 3 anos. Adicionalmente, um levantamento da Markestrat indica um potencial de que as cooperativas também devem expandir nesse período algo em torno de 200 a 250 novos entrepostos, pontos de vendas e unidades de armazenamento que atendem produtores. Assim, aprofundamos um estudo para mapear o

potencial das áreas agrícolas dos principais cultivos do Brasil, tanto em valor financeiro de insumos, quanto em área cultivada. Conforme podemos verificar na tabela a seguir, e na imagem de exemplo, já existem regiões onde o nível de competitividade de potencial por ponto de venda ou hectares por ponto de venda – que são alguns dos indicadores de atratividade que utilizamos – começam a decrescer, e novos pontos de vendas ainda surgirão nessas regiões. Algumas estimativas, que tem como premissa o modelo e custo operacional médio do negócio de distribuição em 2021, indicam que em regiões onde a intensidade competitiva passa a ser menor que R\$ 40 milhões/PDV, o acirramento da concorrência, maior batalha pelo produtor e possível redução de margens devem ocorrer.

Com isso, possivelmente terminaremos a década de 20 com cerca de 10 mil

POTENCIAL E ÁREA POR PDV DAS TOP 15 REGIÕES DE MAIOR POTENCIAL NO BRASIL

REGIÃO	POTENCIAL (R\$ MIL) (PDV)	ÁREA (HA) (HA/HA)	REGIÃO	POTENCIAL (R\$ MIL) (PDV)	ÁREA (HA) (HA/HA)	REGIÃO	POTENCIAL (R\$ MIL) (PDV)	ÁREA (HA) (HA/HA)
REGIÃO 1	R\$ 168 MI	52.554	REGIÃO 5	R\$ 177 MI	52.317	REGIÃO 11	R\$ 117 MI	31.011
REGIÃO 2	R\$ 88 MI	24.567	REGIÃO 7	R\$ 165 MI	65.074	REGIÃO 12	R\$ 372 MI	125.045
REGIÃO 3	R\$ 101 MI	32.102	REGIÃO 8	R\$ 45 MI	13.883	REGIÃO 13	R\$ 32 MI	12.376
REGIÃO 4	R\$ 26 MI	10.214	REGIÃO 14	R\$ 51 MI	20.264	REGIÃO 14	R\$ 36 MI	12.680
REGIÃO 6	R\$ 57 MI	16.000	REGIÃO 15	R\$ 35 MI	13.510	REGIÃO 15	R\$ 35 MI	13.510

Fonte: Markestrat Intelligence.



Fonte: Markestrat Intelligence.

pontos de vendas de produtos agrícolas e cerca de 30 mil, considerando o negócio de pecuária e correlatos, sendo que alguma sobreposição entre eles já ocorreu e deve se intensificar. Assim, é importante que agentes da cadeia e fornecedores de insumos considerem e avaliem que a consolidação diz respeito a grupos com maiores volumes de negócios em nível regional ou nacional, mas que, em termos de pontos de vendas, o que será visto é um aumento de 'empresas' nas principais regiões produtoras. Estimamos que nosso levantamento cobre ao menos 85% do potencial e acesso ao mercado no Brasil

e já é um indicio das oportunidades e dos pontos de atenção para empresas do setor.

Com essa transformação, o produtor é quem deve ser o maior beneficiado. Mais agentes, maior concorrência, melhores serviços e menores preços em geral andam juntos. Mas, para distribuidores e revendas, nossa mensagem estratégica continua a mesma: para se manter rentável e viável no longo prazo nesse setor, serão mandatórios ganhos de eficiência comercial – com gestão de clientes, segmentação, diferentes modelos de atendimento, as-

sim como melhorias substanciais na eficiência operacional, onde processos internos, custos de servir, gestão financeira, armazenagem e logística serão fundamentais. E, para isso, formar e desenvolver pessoas competentes, e investir na transformação digital dos negócios, nos parece ser alguns dos melhores caminhos. Bom trabalho e sucesso a todos!

AR

Matheus Alberto Cónsoli

Sócio fundador da Markestrat Group.

Fábio Gusman Delsin

Graduado em Economia Empresarial e Controladoria.



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

Carlão da Publique é eleito Profissional do Período na XIX Mostra ABMRA.

Publique

© 2019 Publique. Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação é proibida.



De Segunda a Sexta, às 16h30,
no Canal do Bol, na abertura
do programa Multa Penúria.



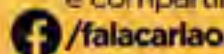
Todos os sábados,
às 11h00 nas Redes Sociais
do Fala Carlão.

Especial
Sábado



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

Assista, curta
e compartilhe



Agr^oCooperativasRativas

O melhor das Cooperativas Brasileiras

As 10 maiores cooperativas
do agro brasileiro!

nº03
AR93



AgroCoopeRativas Entrevista Cooperativista Nei César Manica - O melhor ano da história da Cotrijal. Presidente fala das importantes conquistas da cooperativa, que mostram a força da organização e apontam um futuro de crescimento	121
AgroCoopeRativas Ranking - As 10 maiores agrocooperativas As 10 maiores cooperativas do agro brasileiro	124
AgroCoopeRativas Enoturismo Cooperativas vinícolas têm roteiros que são convites irrecusáveis	128
AgroCoopeRativas Eventos A Expodireto voltou. Com tudo! Feira supera todas as expectativas	132
AgroCoopeRativas Sucessão Semeando a sucessão - Clube de Bezerras atrai futuros produtores de leite	134
AgroCoopeRativas Agricultura Soja no lugar da cana	136
AgroCoopeRativas Conquistas Cocari completa 60 anos	138
AgroCoopeRativas Mobilização OCB e Frencoop lutam para incluir ato cooperativo na Reforma Tributária	139
AgroCoopeRativas Parceria Estratégica Cooperativa Central de TI dá seus primeiros passos operacionais no Paraná	140
AgroCoopeRativas Opinião Cooperativas: a expansão regional e seus desafios	141
AgroCoopeRativas Identidade Aurora renova marca e muda embalagens para fidelizar consumidor	142
AgroCoopeRativas Produtividade Produzir cana exige gestão Coopercitrus orienta produtores sobre como elevar a rentabilidade na atividade	143
AgroCoopeRativas Reflexão Cooperativismo: um pouco mais da essência...	144

Nei César Manica

O melhor ano da história da Cotrijal

Presidente fala das importantes conquistas da cooperativa, que mostram a força da organização e apontam um futuro de crescimento



O presidente, na sede da Cotrijal: desafio é levar o trabalho da cooperativa a uma grande região que foi incorporada.

Ele nasceu em novembro de 1952, em Tapera, município a poucos quilômetros de Não-Me-Toque, no norte do Rio Grande do Sul, onde comanda hoje uma das mais importantes cooperativas agropecuárias do Brasil, a Cotrijal. Nei César Manica começou sua história na cooperativa com apenas 20 anos de idade, em 1972, atuou como membro da diretoria administrativa e, em 1995, foi eleito presidente da organização. Sua gestão é marca-

da por importantes avanços e pelo crescimento constante da cooperativa. O início de 2022 foi marcado por três grandes conquistas da Cotrijal: a incorporação da Coagrisol, que amplia o porte da cooperativa; a realização com sucesso da Expodireto 2022, apesar de todas as incertezas ainda causadas pela pandemia; e o fechamento de 2021 como o melhor ano da história da Cotrijal. Nei César Manica falou ao suplemento AgroCoopeRativas. Confira:

AgroCoopeRativas - O que representa a incorporação da Coagrisol pela Cotrijal?

Nei César Manica - O contexto econômico tem mostrado claramente que os negócios precisam ter uma escala maior, de uma forma geral. A Cotrijal sempre cresceu linearmente ao seu redor. Dentro do cooperativismo, começou a se falar mais intensamente em intercooperação, fusões e incorporações. A Coagrisol, de Soledade, que era uma cooperativa de médio a grande porte também, tinha 12 mil associados e faturou R\$ 1,5 bilhão no ano passado. Como as duas cooperativas possuíam algumas áreas interligadas, os dirigentes da Coagrisol nos propuseram que fizéssemos um trabalho conjunto. Passamos a estudar o modelo que iria ser adotado e, ao final, chegamos à conclusão de que poderíamos ter uma só cooperativa. A partir de outubro do ano passado, passamos a realizar as discussões com os conselhos e com os associados e acabamos optando por fazer uma incorporação, permanecendo a Cotrijal e extinguindo a Coagrisol. Isso foi concretizado no dia 28 de fevereiro deste ano.

Para a Cotrijal, isso representa um crescimento muito grande na área de atuação. De 800 mil hectares, vamos para 1,3 milhão de hectares. De 8,5 mil cooperados, passamos a ter praticamente 20 mil. O faturamento da Cotrijal no último ano foi de R\$ 4,33 bilhões e a Coagrisol faturou R\$ 1,5 bilhão. A somatória desses dois desempenhos é muito expressiva. É um grande desafio,

porque assumimos mais 20 municípios, mais 26 unidades e incorporamos outros 600 funcionários. A responsabilidade é muito grande. A partir de agora, o que vamos fazer é levar o trabalho da Cotrijal para essa grande região, que vai do norte até o sul do estado. Vamos levar a tecnologia, a inovação, a cultura da gestão na propriedade. Tudo isso agora é o nosso grande desafio. O produtor dessa região é muito fidelizado com a cooperativa e isso é muito importante. Fomos muito bem aceitos pelos cooperados da Coagrisol, mesmo em se tratando de uma cooperativa com 52 anos de história, que de um momento para o outro deixaria de existir. Houve toda essa compreensão, de que era o melhor a fazer. Os cooperados então concordaram com o modelo, que foi aprovado pelas assembleias.

AgroCoopeRativas - Foi um movimento ousado.

Nei César Manica - Para se fazer um movimento desses é preciso ter muita coragem, muito desprendimento. Mas como a economia, a matemática é pura e simples, chega um momento em que você precisa tomar uma decisão. E eles tomaram a decisão até para não enfrentar dificuldade mais à frente.

AgroCoopeRativas - O que muda nos planos da Cotrijal?

Nei César Manica - Essa expansão por si só representa que a área de atuação da cooperativa ampliou bastante. Nós vamos ter números de recebimento muito grandes – claro, com exceção esse ano porque tivemos uma seca muito séria no Rio Grande do Sul, em Santa Catarina e outros estados também. Mas vai nos dar a oportunidade, por conta do volume de grãos que vamos receber, até pensar em investir em industrialização num futuro próximo. Essa é a grande ideia, passar para a transformação de determinados produ-

tos. Já temos uma grande fábrica de ração e uma indústria de leite com 17 cooperativas, que é a CCGL. O que estamos estudando é a transformação de soja em óleo, farelo e outros produtos, e também o trigo e triticale, para produzir etanol. É nessa linha que vamos discutir os investimentos em industrialização. Para gerar valor agregado à produção dos nossos cooperados.

AgroCoopeRativas - A intercooperação é um processo que chegou para ficar?

Nei César Manica - Sim, com certeza. Talvez tenha até demorado um pouco aqui no Rio Grande do Sul. Mas a partir do nosso movimento já há outras cooperativas se alinhando e discutindo processos. Pode se fazer alianças estratégicas, dependendo do momento das cooperativas, elas podem ser incorporações como nós fizemos. Acredito que foi uma quebra de paradigma e que muitas cooperativas estão começando a discutir seus próprios movimentos. Esse é um processo que não tem volta. Até porque a economia mundial, com a globalização, está mostrando que o caminho é esse.

“ O que estamos estudando é a transformação de soja em óleo, farelo e outros produtos, e também o trigo e triticale, para produzir etanol. E assim gerar valor agregado à produção dos nossos cooperados”.

AgroCoopeRativas - Como foi o trabalho para viabilizar e realizar a Expodireto 2022, considerando que ela começou a ser preparada ainda numa fase séria da pandemia?

Nei César Manica - Em 2021 a gente acabou não fazendo a Expodireto em razão da pandemia. Aliás, a Expodireto foi a última grande feira agropecuária realizada no país antes de pandemia, em março de 2020. Em seguida houve o avanço da pandemia e foram suspensos todos os eventos do setor. Foi assim todo o ano de 2020 e também em 2021. Mas aí em setembro do ano passado, tomamos a decisão de que, como já podíamos afirmar que havia sido superado o grande momento da pandemia, de que iríamos viabilizar a feira deste ano. Conversamos com algumas empresas e algumas se mostraram um pouco receosas, mas levamos o projeto adiante. Fizemos toda a programação, investimos no parque, falamos com o governo do estado, com a Secretaria de Saúde, para termos os protocolos, e fomos fazendo. Havia algumas empresas com um pouco de dúvida. Mas quando chegamos ao

final de dezembro, começo de janeiro, todas as principais empresas globais confirmaram a presença na Expodireto. A partir daquele momento, não tivemos mais dificuldade, porque todos aderiram. No início de fevereiro estávamos com todo o parque comercializado. E também já começou a haver uma flexibilização do uso de máscara. Nós tivemos os cuidados, obedecendo os protocolos, e a feira coincidiu com o início da liberação de máscara em ambientes ao ar livre. Foi realmente um desafio muito grande. Mas aí com a adesão das empresas, com a compreensão de todos, conseguimos realizar esse evento que superou todas as expectativas. Se tinha dúvida do público, dos negócios por conta da economia e da seca. O público foi superior ao da edição anterior, em 2020. O faturamento foi de mais de R\$ 4,7 bilhões. Realmente foi um sucesso total. Discutimos muito também na Expodireto a questão


dos recursos para financiamento para plantio da nova safra aos agricultores atingidos pela estiagem. Trabalhamos a semana toda da Expodireto sobre a urgência dessa liberação e a ministra Tereza Cristina [da Agricultura, Pecuária e Abastecimento] anunciou durante uma reunião on-line conosco a liberação de recursos. Dessa forma, a feira ajudou muito também a economia do agronegócio nos estados atingidos.

AgroCoopRativas - A feira mostrou a força do setor.

Nei César Manica - Com certeza, em nível estadual, nacional e até internacional. Tivemos mais de 60 países de novo representando os cinco continentes. Foi a feira do reencontro, depois de dois anos, de levantar a autoestima afetada pela seca. Todo mundo ansioso para apresentar seus produtos, dois anos sem fazer uma feira presencial. E realmente tem muita inovação que está surgindo a todo

momento e que sem eventos presenciais levar essas novas tecnologias até o agricultor é mais difícil. Tivemos a Arena Agrodigital, tivemos a plataforma digital, enfim, todos esses atrativos que fazem da Expodireto um evento completo e relevantes para o agronegócio e para a economia brasileira.

AgroCoopRativas - Como o senhor definiria os resultados da Cotrijal em 2021?

Nei César Manica - Tivemos um crescimento de 75%. Isso se deve em parte ao aumento dos preços das commodities, mas também em grande parte de novos clientes, uma boa safra. A confiança na Cotrijal está fazendo com que o agricultor cada vez se fidelize mais, que passem a trabalhar com a cooperativa. Isso é muito importante. Realmente, tivemos um crescimento muito grande, superamos todas as expectativas também. Foi um ano excelente. O melhor ano da história. 

O AEROPORTO DE NÃO-ME-TOQUE

Reconhecida hoje com uma das maiores mostras tecnológicas do agronegócio mundial, a Expodireto exigiu muito esforço e criatividade dos organizadores em suas primeiras edições. Atrair visitantes de outros países foi uma tarefa árdua, porque se tratava de um evento que ainda estava sendo construído. A forma escolhida para convidar os participantes foram as viagens a vários países. Nei César Manica, presidente da Cotrijal e da Expodireto, liderou as comitivas e era o principal interlocutor com os potenciais participantes.

É dele uma passagem emblemática e folclórica, que prova como era preciso ser criativo nos diálogos. Foi numa viagem ao Japão. O próprio Nei Manica conta como foi:

“A gente visitou vários países para mostrar o que era a Expodireto, sempre convidando as empresas a vir participar. Nesse dia, estávamos reunidos com empresários japoneses e o embaixador do Brasil no Japão, com a ajuda de um intérprete. E eu falando da feira, de como seria a Expodireto e tudo mais. A certa altura, um dos empresários japoneses perguntou se em Não-Me-Toque havia aeroporto. Fiquei com a seguinte dúvida: se digo que tem, estou mentindo; se digo que não tem, eles não vêm. Tive que pensar rápido. E disse que temos aeroporto sim, mas fica a 60 quilômetros do centro de Não-Me-Toque. Eu na verdade estava me referindo ao aeroporto de Passo Fundo. Os intérpretes traduziram minha resposta e os japoneses disseram que tudo bem, porque no Japão os aeroportos ficam também a 70 ou 80 quilômetros dos centros urbanos. O resultado ao final foi que os empresários vieram para a feira”.

A COTRIJAL

- Fundada em 14 de setembro de 1957
- Como Cooperativa Triticula de Não-Me-Toque
- Desde 2006, denomina-se Cotrijal Cooperativa Agropecuária e Industrial
- 8,5 mil associados
- 20 mil associados, com a incorporação da Coagrisol
- 800 mil hectares abrangidos
- 1,3 milhão de hectares após incorporação da Coagrisol
- R\$ 4,33 bilhões de faturamento em 2021
- R\$ 5,83 bilhões após incorporação da Coagrisol
- 90 unidades de negócio
- 116 unidades de negócio após incorporação da Coagrisol

As 10 maiores cooperativas do agro brasileiro

AgroCoopeRativas traz o ranking das maiores coops do setor no país, atualizado com os dados fechados em 2021

O agronegócio brasileiro é um dos pilares da produção mundial de alimentos e tem atuado como arrimo para a economia do país. Um setor que cresce e evolui apesar de todas as adversidades. As cooperativas agropecuárias são fundamentais nesse cenário. Os primeiros meses do ano são marcados pela realização das Assembleias Gerais Ordinárias dessas cooperativas. Nos encontros são apresentados e votados os relatórios econômicos e contábeis das organizações e definidos os investimentos que farão durante o ano. O ranking se baseia nesses dados e toma como principal eixo o faturamento que as cooperativas apresentaram em 2021. Confira as gigantes do setor:

1º

COPERSUCAR

Faturamento: R\$ 38,7 bilhões

Rendimento: R\$ 375 milhões

Associadas: 34 usinas (de 20 grupos econômicos)

Sede: São Paulo (SP)



A maior organização cooperativa do Brasil é formada por 34 usinas pertencentes a 20 grupos econômicos e espalhadas pelos estados de São Paulo, Minas Gerais, Paraná e Goiás. Na safra 2020-2021, a empresa comercializou 5,4 milhões de toneladas de açúcar, dos quais 3,4 milhões foram para o mercado internacional. Também comercializou 4,6 bilhões de litros de etanol, dos quais 4,3 bilhões de litros ficaram no mercado interno. A empresa é considerada a maior comercializadora de açúcar e etanol do mundo. As usinas sócias da Copersucar são empresas autônomas e conduzem suas políticas corporativas de forma independente. É a única entre as ranqueadas não ligada diretamente a produtores agropecuários.

2º

COAMO AGROINDUSTRIAL COOPERATIVA

Faturamento: R\$ 24,666 bilhões

Sobras líquidas: R\$ 1,835 bilhão

Sobras distribuídas: R\$ 689 milhões

Funcionários: 8.549

Cooperados: 30.003

Sede: Campo Mourão (PR)



Considerada a maior cooperativa agropecuária da América Latina, a Coamo, com sede em Campo Mourão (PR), tem 111 unidades espalhadas pelos estados do Paraná, Santa Catarina e Mato Grosso do Sul. Os investimentos da cooperativa fundada em 1970 chegaram a R\$ 616,4 milhões em 2021, com destaque para o Terminal Portuário 2 em Paranaguá e para novos entrepostos em Mato Grosso do Sul e uma indústria de ração em Campo Mourão. A linha alimentícia Coamo registrou receita de R\$ 3,38 bilhões em 2021. Atua principalmente com soja, milho, trigo, café e algodão.

3º**AURORA ALIMENTOS****Faturamento: R\$ 19,4 bilhões****Sobras: R\$ 816,9 milhões****Funcionários: 40 mil****Cooperativas associadas: 11****Sede: Chapecó (SC)**

A Aurora Alimentos é uma central formada por 11 cooperativas agropecuárias de Santa Catarina e do Paraná. Criada em 1969, ela permitiu às coops condições de industrializar a produção gerada por seus associados. Hoje a empresa é considerada uma gigante do agronegócio brasileiro. Possui plantas industriais e comerciais localizadas em regiões estratégicas pelo país todo, garantindo eficiência na fabricação e na distribuição de seus produtos. As atividades da Aurora envolvem mais de 100 mil famílias, incluindo os 40 mil empregados diretos e os 10 mil e 65 mil famílias dos associados das cooperativas coligadas.

4º**C.VALE COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL****Faturamento: R\$ 17,44 bilhões****Sobras/resultado: R\$ 129,5 milhões****Funcionários: 12 mil****Cooperados: 24 mil****Sede: Palotina (PR)**

Uma das cooperativas mais capilarizadas do país, a C.Vale possuiu 179 unidades de negócios espalhadas pelo Paraná, Santa Catarina, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Rio Grande do Sul e Paraguai. Destaca-se na produção de soja, milho, trigo, mandioca, leite, frango, peixe e suínos. Comercializa insumos, peças, acessórios e revende máquinas agrícolas. Também mantém uma rede de supermercados com oito lojas no Paraná, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. Foi fundada 1963 por um grupo de 24 agricultores de Palotina, no Oeste do Paraná, onde está sediada. Hoje representa mais de 24 mil cooperados.

5º**LAR COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL****Faturamento: R\$ 17 bilhões****Lucro líquido: R\$ 823,7 milhões****Funcionários: 24,09 mil****Cooperados: 12,35 mil****Sede: Medianeira (PR)**

Fundada em 1964 por um grupo de 55 agricultores catarinenses e gaúchos radicados na pequena Missal (PR), a Lar é considerada a cooperativa do agronegócio que mais emprega no Brasil. São mais de 24 mil colaboradores. Os produtos da Lar estão presentes em praticamente todo o Brasil. Cooperativa tem unidades de atendimento e pontos de recepção de grãos no Paraná, Mato Grosso do Sul e Santa Catarina e no Paraguai, onde mantém uma sede administrativa. A Lar tem ainda 15 supermercados e sete postos de combustíveis, além de indústrias de suínos, aves, ovos rações, carnes e produtoras de sêmen, matrizes, pintainhos e leitões.

6º

COMIGO - COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL DOS PRODUTORES RURAIS DO SUDOESTE GOIANO

Faturamento: R\$ 10,306 bilhões
Sobras líquidas: R\$ 933,3 milhões
Sobras distribuídas: R\$ 140 milhões
Funcionários: 3.035
Cooperados: 9.605
Sede: Rio Verde (GO)



Foi fundada por 50 produtores rurais do Sudoeste goiano com a proposta de mudar o perfil da agropecuária regional, incorporando novos conceitos de produção e comercialização. É hoje uma das maiores cooperativas agro do Brasil. Em 2021, viu seu faturamento crescer quase 49% e o capital social aumentar em 41%. O destaque ficou por conta do recebimento de soja, que chegou a 37,3 milhões de sacas no ano passado. A Comigo mantém 17 lojas de produtos agropecuários, 20 armazéns para armazenar grãos e 11 indústrias de óleo e farelo de soja, rações, sementes, suplementos minerais e fertilizantes. Tem um centro próprio de pesquisas e experimentos agropecuários.

7º

COCAMAR COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL

Faturamento: R\$ 9,629 bilhões
Resultado: R\$ 135,4 milhões
Funcionários: 3,5 mil
Cooperados: 16,5 mil
Sede: Maringá (PR)



A Cocamar foi fundada em 1963 no Noroeste do Paraná por um de 46 produtores da então emergente região cafeeira paranaense. Com o passar dos anos, as atividades foram se diversificando e se fortalecendo. Hoje a cooperativa tem 97 unidades no Paraná, São Paulo e Mato Grosso do Sul. O número de associados passa de 16 mil produtores de soja, milho, trigo, café e laranja. O faturamento em 2021 foi 35% maior do que no ano anterior. A Cocamar tem uma forte atuação industrial, produzindo bebidas, café torrado, óleos comestíveis, etanol, bioinsumos, ração e suplementos minerais, madeira tratada e têxteis.

8º

COOPERCITRUS COOPERATIVA DE PRODUTORES RURAIS

Faturamento: R\$ 8 bilhões
Resultado: R\$ 221 milhões
Funcionários: 3,2 mil
Cooperados: 37 mil
Sede: Bebedouro (SP)



A maior cooperativa agropecuária do Estado de São Paulo e uma das principais do país em fornecimento de insumos, máquinas, implementos e suporte técnico. Com mais de 37 mil cooperados e unidades de negócio em 60 municípios de São Paulo, Goiás e Minas Gerais, a cooperativa atingiu um faturamento de R\$ 8 bilhões no ano passado, 35% mais do que no ano anterior. Entre as atividades estão a produção de soja, café e milho, açúcar, sementes e ração animal, além do comércio de máquinas, combustíveis, lojas de conveniência e até um shopping center de produtos agropecuários.

9º**COPACOL – COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL CONSOLATA****Faturamento: R\$ 7,9 bilhões****Resultado: R\$ 134,9 milhões****Funcionários: 16 mil****Cooperados: 6,7 mil****Sede: Cafelândia (PR)**

A Copacol é outra cooperativa criada no Paraná na década de 1960 por migrantes gaúchos e catarinenses. Inicialmente, seus cooperados produziam basicamente arroz, feijão, milho e café. Atualmente produzem soja, trigo e milho, com forte atuação industrial em aves, suínos, gado de leite, peixes e rações animais. A marca é conhecida no Brasil todo e está presente em 76 países. Alguns números da cooperativa no ano passado: 200 milhões de aves abatidas; 45,1 milhões de peixes abatidos; 355,9 mil suínos produzidos; 10,9 milhões de litros de leite entregues à Frimesa.

10º**COOPERALFA – COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL ALFA****Faturamento: R\$ 7,04 bilhões****Funcionários: 3.579****Cooperados: 21.175****Sede: Chapecó (SC)**

A história da CooperAlfa começou em outubro de 1967, com criação da Cooperativa Mista Agropastoril de Chapecó, com apenas 39 produtores do oeste catarinense. Sua missão era gerar uma remuneração mais justa aos pequenos e médios produtores rurais da região. Em 2021, a cooperativa superou R\$ 7 bilhões em faturamento e somou mais de 21,1 mil associados. Tem forte atuação em milho, soja, trigo, feijão, suínos, avicultura e leite e também na produção de sementes, rações e suplementos, industrialização de trigo, soja e milho, além de manter uma rede de supermercados, lojas agropecuárias e postos de combustíveis. Ao todo, engloba mais de 200 unidades de negócio.



Cooperativas vinícolas têm roteiros que são convites irrecusáveis

Aurora e Garibaldi, as duas maiores coops vitivinícolas brasileiras, oferecem programas de visita e degustação de grandes rótulos da Serra Gaúcha



Eduardo Benini

Corredor das bandeiras, na sede da Vinícola Aurora, é homenagem aos países que importam produtos da marca.

A Serra Gaúcha é um local único para os apreciadores de vinhos, espumantes e sucos de uva de boa qualidade. E não é apenas nos primeiros três meses do ano, quando se tem a colheita da uva. É o ano todo, já que os principais derivados da fruta, que são os vinhos, precisam de tempo até ser engarrafados.

As duas maiores cooperativas vitivinícolas do Brasil, Aurora e Garibaldi, têm agendas de atividades para quem quer conhecer melhor as bebidas produzidas na Serra Gaúcha. São verdadeiras experiências.

A Aurora oferece várias atrações, que vão desde o tradicional passeio

guiado gratuito na unidade Matriz, passando por degustações temáticas realizadas no Vale dos Vinhedos, até atividades mais exclusivas nos vinhedos de Pinto Bandeira (RS).

Entre as novidades deste ano está o piquenique em meio aos jardins da unidade da Aurora em Pinto Bandeira, que estreou em janeiro. A atração é oferecida aos sábados e domingos, das 10h às 17h. Em dezembro, a vinícola também lançou o Wine Walk, um passeio com degustação orientada em meio aos vinhedos, que marcou a abertura do exclusivo endereço aos turistas. As duas experiências, que foram apresentadas para esta vindima, passam a ser oferecidas durante todo o ano.

Inaugurada em julho de 2021, a loja da Vinícola Aurora junto à unidade Vale dos Vinhedos, também em Bento Gonçalves, reserva uma deliciosa experiência para os fãs de vinhos e chocolates. A degustação é harmonizada com os vinhos das linhas Reserva e Pequenas Partilhas, com o espumante Aurora Moscatel Rosé e com o vinho de sobremesa Colheita Tardia.

O agendamento prévio é obrigatório para todas as experiências turísticas oferecidas pela Vinícola Aurora. Para garantir um lugar nas atrações das unidades é preciso acessar o site Wine Locals (www.wine-locals.com). Para o tour gratuito, o agendamento

deve ser feito exclusivamente pelo telefone (54) 3455-2095 ou pelo WhatsApp (54) 99134-5916.

A Vinícola Aurora foi pioneira em enoturismo, criando a primeira experiência turística do país em 1967. Desde então, recebe visitantes brasileiros e internacionais. Só nos últimos cinco anos, mais de um milhão de pessoas estiveram nas unidades. Foram 190,9 mil visitantes no ano passado e a expectativa é de que esse número seja 20% maior esse ano.

A Cooperativa Vinícola Garibaldi reforça o convite irrecusável para quem deseja vivenciar experiências culturais, de conexão com a natureza, e apreciar o potencial vinícola da região, que concentra 85% da produção nacional de vinhos, espumantes e sucos de qualidade. Uma das paradas obrigatórias na Serra Gaúcha é o município de Garibaldi, onde está sediada a cooperativa, que tem 90 anos de história e hoje é umas das mais premiadas marcas em concursos nacionais e internacionais. No ano passado, foram 99 condecorações. O destaque é o Espumante Garibaldi Moscatel, eleito duas vezes, em 2018 e 2021, como o melhor do Cone Sul.

Além disso, é detentora de alguns dos mais sofisticados roteiros temáticos da região. Em seu Complexo Enoturístico é possível vivenciar experiências históricas, de imersão na cultura local, com forte influência da colonização italiana; desafiar os sentidos, aprendendo a degustar espumantes, vinhos e sucos, e, ainda, conhecer propostas enogastronômicas ao mesmo tempo ousadas e deliciosas.

Confira as atrações oferecidas pelas duas cooperativas:

Os roteiros da Vinícola Garibaldi



Degustação com brinde na Vinícola Garibaldi: opções de roteiro passam pela história e por vinhos da linha ícones da cooperativa.

'Uma história para degustar'

A Cooperativa Vinícola Garibaldi tem 90 anos de relevância na viticultura brasileira. Uma história iniciada na entrada da década de 1930, na esteira da recuperação dos países após a 1ª Guerra Mundial, e consolidada pela união de produtores com o amor pela uva em comum. Conhecer essa trajetória é também interessante na hora de embarcar no universo dos vinhos e espumantes. Nesse passeio, os atendentes da vinícola revelam toda a história da Cooperativa e a chegada dos primeiros imigrantes italianos, além da importância da cooperativa para o município de Garibaldi. Uma verdadeira obra de arte, aliando sofisticação e requinte. Um necessário e saboroso resgate histórico do início do Brasil Vinícola. A experiência inclui visita à cantina histórica, degustação de espumantes, vinhos e sucos e taça de vidro personalizada.

Serviço:

Segunda à sábado: das 9h às 17h

Domingo e feriados (consultar): das 10h às 15h

Valor: R\$ 15,00 por pessoa

'Desperte seus sentidos'

Em meio aos passeios históricos, este é um conceito diferente de degustação, para aguçar ainda mais os nossos sentidos. Aqui, o turista é inserido na Cave Acordes, uma enorme pipa de 100 mil litros. Vendado, ele é instigado a testar o paladar e, conseqüentemente, a descobrir novos aromas e sabores. A Degustação às cegas é um projeto decorrente da linha ícone de vinhos, chamada Acordes, uma das mais destacadas da cooperativa. Fazem parte dela o Acordes Vinho Chardonnay, o Acordes Vinho Merlot 2015 e o Acordes Espumante Champenoise Extra Brut. A degustação, com duração de 90 minutos, tem três modalidades: Premium, Master e Gold, com variação de produtos.

Serviço:

Segunda a Sábado: 10h, 13h30 e 15h30

Domingos e Feriados (consultar): 10h30 e 13h

Duração: aproximadamente 90 minutos

Valor: a partir de R\$40,00 por pessoa



'Taça & Trufa'

Trufas de chocolate e espumantes são deliciosos mesmo sozinhos. Quando unidos, a explosão de sabores é garantida. É exatamente essa sensação única, somente possível com combinações perfeitas, que a atividade Taça & Trufa promove, nas caves da cooperativa. O visitante é posto a conversar com espumantes, vinhos e trufas artesanais exclusivas. São cinco harmonizações surpreendentes, desenvolvidas através de muito estudo, guiadas por um especialista. Primeiramente, o turista passeia por todo o Complexo Enoturístico e aprende mais sobre a cultura do espumante e as particularidades do trabalho da cooperativa, premiada Brasil afora. Depois, segue para as caves onde senta, relaxa e saboreia esse universo de sabores criado pela fusão de chocolates e vinhos. A degustação também está disponível na versão Taça & Trufa Kids, para o público infante-juvenil, de até 15 anos, com produtos não alcoólicos. Aos pequenos com até quatro anos, a harmonização com o chocolate é feita com sucos.

Serviço:

Segunda a Sábado: 10h, 13h30, 15h30

Domingos e Feriados (consultar): 10h30 e 13h

Duração: aproximadamente 1h15

Valor: R\$50,00 por pessoa



Augusto Tomasi

Contatos de atendimento e agendamento:

Fone: (54) 3464.8104 • WhatsApp: (54) 99196.5577 • turismo@vinicolagaribaldi.coop.br

Os roteiros da Vinícola Aurora

Unidade Matriz: Bento Gonçalves (RS)

Visita turística tradicional

Tour pela unidade Matriz. Inclui apresentação sobre a história da Vinícola Aurora com passeio guiado pela cantina e explicação dos processos de elaboração dos vinhos, sucos e espumantes. O tour tem duração de, aproximadamente, 60 minutos e inclui degustação de vinhos, espumantes e sucos. É gratuito e os passeios iniciam a cada 15 minutos.

Horários: segunda a sábado, das 8h15 às 17h, e no domingo, das 8h30 às 12h.

Obrigatório agendamento: somente pelo telefone (54) 3455.2095 ou pelo WhatsApp (54) 99134.5916.

Valor: gratuito.

Degustação da linha Super Premium

Degustação dos vinhos Gioia Merlot 2018 D.O. Vale dos Vinhedos, Millésime 2018, Aurora 90 Anos e do espumante Aurora Pinto Bandeira Extra Brut.

Horários: aos sábados, às 9h30 e às 14h. Duração de cerca de uma hora.

Agendamento e ingressos: exclusivamente através do site www.wine-locals.com

Valor: R\$ 90 por pessoa

Unidade Vale dos Vinhedos: Bento Gonçalves (RS)

Degustação Harmonizada com chocolates

Uma boa harmonização entre o vinho e o alimento é aquele que deixa a sensação de que a união gerou um terceiro elemento, evitando que um se sobressaia ao outro. A degustação harmonizada inclui vinhos das linhas Reserva e Pequenas Partilhas, espumante Aurora Moscatel Rosé e o vinho de sobremesa Colheita Tardia.

Quando: terça a domingo, em dois horários, às 10h e às 15h. Duração de cerca de 40 minutos.

Agendamento e ingressos: pelo site www.wine-locals.com.

Valor: R\$ 60 por pessoa

Degustação da linha Super Premium

Degustação dos vinhos Gioia Merlot 2018 D.O. Vale dos Vinhedos, Millésime 2018, Aurora 90 Anos e do espumante Aurora Pinto Bandeira Extra Brut.

Horários: terças-feiras, das 10h às 18h, quartas-feiras a sábados, das 8h30 às 18h, e aos domingos, das 10h às 17h. Duração de cerca de uma hora.

Agendamento e ingressos: pelo site www.wine-locals.com.

Valor: R\$ 90 por pessoa.

Degustação da linha Premium

Degustação dos vinhos Aurora I.P. Pinto Bandeira Pinot Noir, Aurora Gran Reserva Cabernet Sauvignon e do Colheita Tardia e dos espumantes Aurora Procedências Chardonnay e Aurora Moscatel Branco.

Horários: terças-feiras, das 10h às 18h, quartas-feiras a sábados, das 8h30min às 18h, e aos domingos, das 10h às 17h. Duração de cerca de uma hora.

Agendamento e ingressos: pelo site www.wine-locals.com

Valor: R\$ 60 por pessoa.

Unidade Pinto Bandeira:

Pinto Bandeira (RS)

Wine Walk

Caminhada em meio aos vinhedos, com explicações técnicas e degustações, em um tour guiado com sommelier. Após o passeio, o visitante recebe um box de finger foods e um espumante para curtir a paisagem.

Quando: segunda a sexta-feira, às 10h. Duração da experiência de 2h30.

Valor: R\$ 250 por pessoa.

Agendamento e ingressos: exclusivamente através do site www.wine-locals.com

Piquenique nos jardins

Piquenique a céu aberto em meio aos jardins dos vinhedos da Vinícola Aurora em Pinto Bandeira. Inclui um box de petiscos para duas pessoas e um garrafa de vinho da linha Pinto Bandeira ou de espumante da linha Procedências. Há opções de box kids, com petiscos e uma garrafa de suco de uva de 500ml.

Quando: sábados e domingos, das 10h às 17h.

Valores: R\$ 280 para duas pessoas e R\$ 70 por criança.

Agendamento e ingressos: exclusivamente em www.wine-locals.com



Zélio Takahken

A Expodireto voltou. Com tudo!

Feira supera todas as expectativas

Evento realizado pela Cotrijal em março movimentou R\$ 4,9 bilhões e atraiu 263 mil visitantes, apesar das restrições sanitárias



Vista aérea do parque de exposições da Cotrijal, em Não-Me-Toque: mostra reuniu 545 expositores.

A vigésima segunda edição da Expodireto Cotrijal, realizada de 7 a 11 de março em Não-Me-Toque (RS), foi marcada pela superação e, principalmente, pelo sucesso. O evento, um dos maiores do agronegócio brasileiro, bateu recordes de negócios. Foram 263 mil visitantes, 3% mais do que na edição anterior, em 2020. Em 2021 a feira não foi realizada por conta da pandemia. A comercialização na feira este ano foi de R\$ 4,9 bilhões, quase 90% mais do que na 21ª Expodireto.

Nesta edição, os bancos registraram R\$ 4,3 bilhões em negócios, enquanto R\$ 510 milhões foram gerados nos negócios feitos com recursos próprios. O Pavilhão Internacional movimentou R\$ 62,6 milhões e o Pavilhão da Agricultura Familiar, R\$ 1,7 milhão.

Esse desempenho é ainda mais expressivo quando se considera que a pandemia ainda não está totalmente superada. Tanto que medidas sanitárias foram implementadas em todo o

parque, com a disponibilização de álcool gel e exigência de uso da máscara, entre outras. A realização da feira no modo presencial foi uma decisão firme dos dirigentes da Cotrijal, mesmo com a pandemia ainda preocupando.

O presidente da Cotrijal, Nei César Manica, havia antecipado semanas antes que a feira iria ser realizada e que essa seria a melhor das edições. No encerramento do evento, Manica comemorou os resultados do evento e explicou que a movimentação recorde foi possível por conta da valorização da soja, que é a moeda do produtor. “Como a soja dobrou de preço, os negócios à vista cresceram, embora o volume maior ainda tenha sido concretizado via bancos”, afirmou.

A estiagem que castigou os estados do Sul e o Mato Grosso do Sul foi tema constante nas discussões durante a feira e motivo de pressão dos líderes cooperativistas, entidades e políticos ligados ao agro sobre as autoridades, especialmente o governo federal. As cobranças levaram o governo a anunciar, no penúltimo dia da feira, R\$ 2,8 bilhões em recursos para destravar crédito rural e atender os produtores prejudicados pelo clima.

Na avaliação de Nei Manica, o agro, a feira e as entidades mostraram mais uma vez a sua força e junto com os parlamentares que defendem o setor se mobilizaram para buscar soluções.

A feira deste ano marca também a chegada de uma nova realidade para o evento, que pela primeira vez foi realizado no formato híbrido. A Expodireto Digital colocou a feira numa outra dimensão, na qual pessoas do mundo todo podem acompanhar o que acontece no parque de exposições. Com a participação de 57 expositores, a Expodireto Digital disponibilizou, ao vivo, a transmissão das principais atividades da programação.

Num levantamento preliminar feito pela Cotrijal no último dia da feira, já haviam sido registradas mais de 2,2 milhões visualizações na plataforma, que permanecerá no ar até o dia 7 de abril.

A movimentação foi intensa em todas as áreas do parque. Produtores rurais tiveram a oportunidade de conhecer as mais novas tecnologias desenvolvidas pelas principais empresas do setor de insumos que atuam no país. As empresas de maquinários tiveram uma forte presença, com equipamentos de todos os portes, assim como veículos.

Uma programação de eventos de vários perfis ocupou os diversos espaços do parque de exposições. Foram palestras, reuniões técnicas e fóruns, nos quais se discutiu os desafios da soja, milho, leite, florestas, conservação de solo e da água.

Uma audiência pública foi realizada em conjunto pelo Senado e Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul e teve como coordenador o senador Luiz Carlos Heinze. O tema foi a estiagem que afetou o Rio Grande do Sul e o como mitigar os danos causados aos produtores. "Temos vários grupos de trabalho atuando nestas questões, inclusive com a participação de universidades, que vão nos ajudar na implementação das ideias e projetos", antecipou Heinze.

A Arena Agrodigital recebeu uma galera para participar do Fórum do Jovem Cooperativista. O evento já está na 10ª edição e neste ano teve a participação dos jovens que integram o Programa Supernova Cotrijal e também dos familiares.

O grupo de 20 jovens falou sobre suas experiências e aprendizados no programa, especialmente na viagem feita no final de fevereiro a São Paulo, que proporcionou uma imersão tecnológica e mostrou o quanto tem crescido o investimento em inovação e de que forma pode contribuir para o campo. "É um programa inovador, que está aproximando ainda mais esses jovens da cooperativa", destacou o vice-presidente da Cotrijal, Enio Schroeder.

O Supernova Cotrijal é inédito e busca capacitar os jovens a serem agentes de transformação no meio em que vivem, dando continuidade ao trabalho no campo e também ao modelo cooperativista. O programa foi lançado em agosto de 2021 e proporcionou uma

imersão de conhecimento sobre o cenário macroeconômico mundial, questões socioambientais e organização cooperativa. Tudo isso através de uma plataforma dinâmica e interativa, onde os participantes aprenderam de forma coletiva, por meio de jogos, vídeos e outros formatos.

Outro evento importante foi o 14º Fórum Florestal do Rio Grande do Sul, com o tema "Mudanças climáticas, o impacto vem da pecuária?". A presidente da Associação Brasileira de Criadores de Devon e Bravon, Simone Bianchini, foi a moderadora do debate e deixou claro que a resposta é negativa. "A pecuária não é a vilã da emissão de gases que provocam o efeito estufa. A compensação do metano se dá, principalmente, pela integração do sistema lavoura pecuária, que sequestra o metano e contribui exatamente para o desempenho do boi", afirma Simone.

A 23ª Expodireto Cotrijal já tem data marcada. O evento será realizado de 6 e 10 de março de 2023. 🌱



Fórum do Jovem Cooperativista deste ano teve a participação dos integrantes do Programa Supernova Cotrijal.

Semeando a sucessão

Clube de Bezerras atrai futuros produtores de leite

Projeto criado pela Castrolanda há quatro décadas desperta em crianças de 6 a 16 anos o interesse pela atividade leiteira

A sucessão familiar nas propriedades leiteiras é um tema que a Castrolanda, sediada em Castro (PR), leva muito a sério e há bastante tempo. A Área de Negócios Leite da cooperativa desenvolve, há mais de 40 anos, o Clube de Bezerras, projeto que incentiva crianças e jovens a participarem da atividade leiteira. O foco do projeto é exatamente estimular a sucessão familiar nas propriedades.

O lançamento da edição 2022 do Clube foi feito na primeira quinzena de março, na Cidade do Leite, em Castro. No encontro, as crianças e jovens conheceram um pouco mais sobre o Clube e as mudanças para este ano, ouviram relatos de cooperados que já fizeram parte do projeto, participaram de uma gincana educativa sobre produção de leite com empresas parceiras da cooperativa e tiveram contato com as bezerras.


O cooperado e membro do Comitê de Bovinocultores da Castrolanda Reynold Groenwold participou do Clube antes de se tornar produtor e reforçou o aprendizado que o projeto proporciona às crianças. “Eu comecei desde novo na fazenda, sempre estive no meio dos animais. A atividade leiteira atravessa gerações e a gente tenta dar esse apoio para as crianças para que elas saibam como é produzido o leite e todo o esforço dos produtores. A Castrolanda é referência

Brasil afora e, com esse projeto, incentiva os futuros bovinocultores ou até mesmo os futuros técnicos”, afirma Groenwold.

Reformulação - As novidades do Clube de Bezerras para este ano são o aumento da faixa etária, que agora vai de 6 a 16 anos. São quatro categorias: Mirim (6, 7 e 8 anos), Infantojuvenil (9, 10 e 11 anos), Junior (12, 13 e 14 anos) e Sênior (15 e 16 anos). Foram criadas duas modalidades de apresentação de animais: Prata, que possibilita a apresentação do animal somente na propriedade, e a Ouro, para exibição também na pista de julgamento do Agroleite. Outra novidade do programa é a abertura para inscrições de filhos de colaboradores da cooperativa e das propriedades e de famílias da comunidade.

A analista técnica da Área de Negócios Leite da Castrolanda, Cibelli Neufeldt, conta que a adesão ao projeto está sendo maior em 2022. “Nós nunca tivemos tantas crianças como esse ano. Eu acredito que é em virtude da reformulação. Além de aumentarmos a faixa etária, com a possibilidade de apresentar na propriedade, também reconhecemos o esforço das demais crianças que acabam não participando na pista de julgamento. Nossa reformulação completa será lançada oficialmente no Agroleite 2022 com ainda mais novidades”.

O gerente executivo de Negócios Leite, Eduardo Ribas, explica que o Clube de Bezerras vai de encontro com o slogan da área para este ano: ‘O Melhor Leite do Mundo’. “Nós falamos muito para as nossas crianças que o leite é bom, tem proteína e energia e auxilia no crescimento. Mas, quando somos adultos, vemos que o leite dá emprego, ajuda as pessoas e movimenta a economia. Então, a reformulação do Clube é para incluir cada vez mais crianças e para que todas elas conheçam esse ciclo do leite”.

Para o coordenador da Assistência Técnica da área, Marcos Koch, o desafio é proporcionar às crianças um evento com algo que faz parte da rotina da propriedade, que é a criação das bezerras. “As crianças se sensibilizam bastante com os animais e nós vemos isso de uma forma muito positiva. Com a reformulação, o nosso principal objetivo é fazer com que toda a sociedade conheça um pouco mais sobre a atividade leiteira e que tenha uma valorização maior sobre como são produzidos os alimentos no Brasil, em especial, o leite, um alimento tão importante para a vida das crianças.” Após o lançamento, o Clube entra na etapa das visitas nas propriedades para acompanhamento do cuidado das crianças com os animais. A apresentação final ocorrerá durante a programação do Agroleite, que ocorrerá de 16 a 20 de agosto de 2022. 

Soja no lugar da cana

Programa da Cocamar arrenda terras de usinas de álcool e açúcar do oeste paulista e repassa a produtores paranaenses

Três anos depois de ser lançado pela Cocamar, ainda como projeto piloto, o programa de renovação de canaviais com implantação da cultura de soja está mudando a realidade de produtores paranaenses e o cenário do oeste de São Paulo. Segundo o gerente de negócios da Cocamar, Marco Antônio de Paula, que idealizou e responde desde o início pela coordenação do programa, foram cultivados 28,8 mil hectares com soja no Pontal do Paranapanema, em parceria com três usinas. A área é arrendada de usinas e repassadas aos cooperados para o plantio da soja.

Do total da área, ao menos 30% de lavouras apresentam desenvolvimento satisfatório, com previsão de produtividade de 50 sacas por hectare ou acima desse patamar. Nos 70% restantes, as médias devem ficar um pouco abaixo, como reflexo dos períodos de estiagem, causados pelo fenômeno La Niña, que castigaram várias regiões brasileiras. Ainda assim, o programa deve resultar na produção de 55 mil toneladas de soja, montante que, somado à comercialização de insumos, gera uma movimentação financeira superior a R\$ 230 milhões.

“Neste ano, o programa representou a salvação para muitos produtores que não conseguiram boas médias no Paraná”, observa o coordenador, mencionando ainda que a realização se reflete positivamente na economia de diversos

municípios paulistas. A Cocamar coordena o arrendamento com as usinas, presta orientação técnica aos produtores, fornece os insumos e recebe as safras em suas unidades de Mirante do Paranapanema, Iepê e Cruzália, no estado de São Paulo.


O cooperado Douglas Chiconato, de Cambé (PR), cultiva grãos em 200 hectares no Paraná, dos quais apenas 10% são próprios. E em outros 400 hectares no município de Nantes, no oeste paulista. Douglas fez parte do primeiro grupo de 21 produtores associados da Cocamar que, em 2019, que aceitaram o desafio de produzir soja numa área de 5,1 mil hectares arrendada da usina Cocal, no Pontal do Paranapanema.

“Eu já tinha alguma experiência em lidar com solos arenosos e fui em frente”, diz. Por isso, não deu ouvidos a alguns produtores que, na época, tentaram desestimulá-lo, sob o argumento de que no abafado oeste de São Paulo a cultura da soja seria inviável.

“Para mim, é um sonho que estamos conseguindo realizar”, afirma Douglas, referindo-se ao crescimento, salientando que neste ano, por causa dos problemas climáticos ocorridos no Paraná, a rentabilidade está sendo maior nas áreas do programa.

Enquanto em Cambé e Rolândia a expectativa é de uma produtividade de 45

sacas de soja por hectare, em Nantes a média esperada é maior, por volta de 50 sacas. Mas como nas áreas do programa o custo com arrendamento é bem menor em comparação ao praticado no Paraná, o resultado final acaba sendo superior. “Sempre tivemos rentabilidade com a participação no programa”, comenta o cooperado, que a cada ano tem aumentado suas áreas em pelo menos 30%, “e nosso objetivo é continuar expandindo”.

O engenheiro agrônomo César Nardi, da Cocamar, que assiste tecnicamente o cooperado Douglas Chiconato, afirma que o sucesso dos produtores no programa está diretamente relacionado à forma como eles conduzem suas lavouras. “É preciso que o foco e a atenção sejam os mesmos dados às suas terras, fazendo as aplicações, por exemplo, nos momentos certos.” 



Douglas Chiconato: terras arrendadas no interior paulista representam dois terços das áreas que cultiva.

Cocari completa 60 anos

Cooperativa fechou 2021 com um faturamento recorde de R\$ 4,7 bilhões, um crescimento de 70% sobre o exercício anterior



Cooperativa está sediada no mesmo endereço desde que foi criada como uma organização de cafeicultores.

Sediada em Mandaguari, Noroeste do Paraná, a Cocari – Cooperativa Agropecuária e Industrial completou, no dia 7 de fevereiro, 60 anos de sua fundação. A comemoração foi marcada por uma conquista histórica: em 2021, a cooperativa teve um faturamento recorde de R\$ 4,7 bilhões, alta superior a 70% em comparação ao ano anterior. No último ano, de forma inédita, a Cocari alcançou um milhão de toneladas em recebimento de soja.

“Essas conquistas vêm sendo compartilhadas com todos que trabalham diariamente para obter uma produtividade

cada vez maior em nossas atividades, com excelente qualidade dos resultados entregues, e que confiam na seriedade de nosso trabalho, fortalecendo, dessa forma, não só a cooperativa, mas todo o quadro social”, afirma o presidente Marcos Antonio Trintinalha. A Cocari tem 9 unidades no Paraná e quatro em Goiás.

“A Cocari continua há 60 anos no mesmo endereço, almejando melhorias e trabalhando para desenvolver nossos projetos. Faço o convite aos produtores para que venham se cooperar e nos tragam ideias, porque

vamos ouvir e tentar fazer aquilo que for melhor para a Cocari e todos os seus cooperados”, ressalta.

A história da Cocari tem muitos personagens e fatos importantes. A cooperativa demonstra em seus capítulos históricos uma grande resiliência, que se traduziu em grandes conquistas. Em 1960, no auge da produção de café da região norte do Paraná, um grupo de 20 agricultores se organizou para buscar melhores condições de comercialização, liderados pelo Dr. Oripes Rodrigues Gomes. Foi assim que, em 7 de fevereiro de 1962, nasceu a Coope-

rativa dos Cafeicultores de Mandaguari, a Cocari. Os cafeicultores da região foram sendo atraídos pelas propostas da cooperativa e a diversificação de serviços aos cooperados foi abrindo novas perspectivas de mercado, expandindo sua área de atuação.

As mudanças foram se sucedendo também pelo fim do ciclo da cafeicultura no Paraná, em razão da geada negra de 1975. Os cafezais do estado foram dizimados e um processo de substituição da matriz produtiva do interior paranaense se iniciou praticamente da noite para o dia.

Nas décadas seguintes, a expansão da cooperativa acontecia em ritmo frenético com sucessivas aberturas de entrepostos e expansão para a região do Cerrado. Já nos anos de 1990, grandes transformações no cenário político e econômico nacional geraram instabilidade. O momento exigiu cautela nos investimentos da cooperativa. A Cocari chegou ao ano 2000 com uma nova Diretoria, nova visão de negócios e um cuidadoso plano de reestruturação, com expansão para o setor agroindustrial.

Surgia uma nova Cocari, com olhar voltado para o futuro e com ações enérgicas, no firme propósito de resgatar a verdadeira essência do cooperativismo. No mesmo dia em que completava 42 anos de sua fundação, em 7 de fevereiro de 2004, a Cocari decidiu pela mudança da sua razão social, passando a ser Cooperativa Agropecuária e Industrial, mas com o mesmo nome Cocari. Com isso, sua atuação abrangia oficialmente uma parcela maior da agricultura.

A partir de 2009, uma nova fase de investimentos foi iniciada na Cocari: seus entrepostos foram modernizados ou

ampliados; unidades inauguradas; as atividades em Goiás foram retomadas; e a Cocari passou a diversificar sua atuação. Entre as novas atividades estava o fomento à avicultura, com a construção da Unidade Industrial de Aves e da Fábrica de Rações para Aves. Em 2015, para gerar maiores oportunidades de sinergia, a Cocari assinou um acordo de intercooperação com a Cooperativa Central Aurora Alimentos, que tem sede em Chapecó (SC), tornando-se uma das filiais da Central. Atuando com a integração avícola, a Cocari segue no fomento aos produtores integrados, e a Aurora realiza o abate e a comercialização da produção.

Em 2021, a cooperativa assumiu o abatedouro de peixes, em Alvorada do Sul (PR), em regime de concessão, por 30 anos, e implantou o Projeto de Integração à Piscicultura, oportunizando mais uma forma renda na propriedade dos cooperados, com a engorda de tilápias. A produção abatida será comercializada pela Aurora Alimentos. No mesmo ano, a Cocari adquiriu também as concessionárias de máquinas agrícolas Tratornew e Tratorcase. Ao todo, são 14 lojas situadas em diversas regiões paranaenses. São 6 lojas da Tratornew, da marca New Holland, com atuação no Norte Pioneiro e Campos Gerais, e 8 da Tratorcase, da marca Case, com atuação nas regiões Central e Centro-Sul, Campos Gerais e Região Metropolitana de Curitiba.

A cooperativa adquiriu o armazém do antigo IBC (Instituto Brasileiro de Café), em Mandaguari, que já era usado para armazenagem, e que com a compra passa a fazer parte do patrimônio da Cocari. Outro investimento realizado pela cooperativa

foi o lançamento da linha Éfforos, com produtos para Nutrição Vegetal e Tecnologia de Aplicação, que potencializam o desenvolvimento das lavouras.

Atualmente, a cooperativa conta com mais de 70 Unidades, nos Estados do Paraná, Goiás e Minas Gerais, compostas por estruturas de recebimento, armazenamento e comercialização de grãos e lojas agropecuárias com completo mix de produtos, para a produção agrícola e pecuária, consultoria técnica especializada, farmácia veterinária, máquinas e implementos agrícolas. Seus colaboradores somam mais de 2 mil profissionais, que seguem trabalhando com união e cooperação para atender com excelência aos mais de 9 mil cooperados.

Conquistas - Fatores climáticos marcaram o ano de 2021 com rigorosidade. A estiagem no Paraná, Goiás e Minas Gerais e geadas e chuva de granizo no Paraná constituíram desafios para a cooperativa, além das questões relativas à saúde da população e economia do país decorrentes da pandemia de covid-19. No entanto, a cooperativa cresceu e alcançou importantes conquistas.

Na ampliação e modernização das estruturas, do Paraná e do Cerrado, a



Marcos Antonio Trintinalha, presidente da Cocari: confiança fortalece todo o quadro social.

cooperativa realizou um investimento de R\$ 84,68 milhões. Entre as unidades que receberam melhorias estão: Cristalina I e II (GO), Santo Antônio do Rio Verde (GO), Borrazópolis (PR), Kaloré (PR), São Pedro do Ivaí (PR), São José, distrito de Jandaia do Sul (PR), Itambé (PR), Rio Branco do Ivaí (PR) e Rosário do Ivaí (PR), as Indústrias de Rações e Fiação de Algodão, as Unidades de Beneficiamento de Sementes (UBS), e de Café, do Paraná e do Cerrado.

Também foi inaugurada a loja de Imbituva (PR), a segunda unidade do município, e reinaugurada a loja da

Unidade de Campo Alegre de Goiás (GO), visando melhor atendimento aos seus cooperados e produtores. A cooperativa adquiriu o abatedouro de peixes, em Alvorada do Sul-PR, em regime de concessão, como parte da estruturação do Projeto de Integração à Piscicultura, idealizado para diversificar a fonte de renda dos cooperados, com a engorda de tilápias. Em sistema de intercooperação, a Aurora Alimentos ficará responsável pela comercialização dos filés de peixe.

Fiação de Algodão - A Fiação Cocari, completou, em 2021, 35 anos de fun-

dação, no dia 12 de julho. Mesmo com as altas sofridas com a matéria-prima (algodão em pluma), e das fibras de poliéster (importadas), com preços cotados em dólar, a Fiação Cocari conseguiu obter um volume de produção excelente durante todo o ano, sendo que em agosto bateu seu recorde de produção, que foi de aproximadamente 800 toneladas/mês. "O Conselho de Administração aprovou um novo investimento para 2022, com aquisição de novos equipamentos para a fabricação de fios open-end, pelo qual atingiremos uma produção aproximada de 1.000 toneladas/mês", afirma Trintinalha. 🌱



Cenas da história de seis décadas da cooperativa: pioneirismo e união que serviram como suporte para as atividades agropecuárias.

OCB e Frencoop lutam para incluir ato cooperativo na Reforma Tributária

Formalização do tratamento tributário próprio evita que cooperativas sofram dupla tributação em suas operações

As cooperativas brasileiras estão mobilizadas para garantir a correta aplicação do tratamento tributário em suas operações. A aprovação da Reforma Tributária, proposta no texto da Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 110/2019, em tramitação no Senado, não contempla o ato cooperativo e pode aumentar a insegurança jurídica do setor. Uma nova emenda elaborada em conjunto com Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB) chegou a ser apresentada na primeira quinzena de março pelos senadores Luis Carlos Heinze (RS), Esperidião Amim (SC), Lasier Martins (RS) e Soraya Thronicke (MS), membros da Frente Parlamentar do Cooperativismo (Frencoop), para preservar o ato. Mas acabou sendo retirada da proposta da reforma.

A luta das cooperativas pela formalização do Ato Cooperativo já tem 34 anos, desde que a Nova Constituição foi promulgada. Os líderes cooperativistas e parlamentares da Frencoop buscam agora restabelecer a emenda.


“As cooperativas são sociedades de pessoas constituídas para prestar serviços aos cooperados, distinguindo-se das demais sociedades por sua natureza jurídica própria prevista em lei especial (art. 4º da Lei 5.764/71). Elas celebram contrato de sociedade com as pessoas que reciprocamente se obrigam a contribuir com bens ou serviços para o exercício de uma atividade

econômica, de proveito comum, sem objetivo de lucro e, por isso, merecem um tratamento tributário ajustado às suas particularidades”, afirma o senador Heinze.

Ainda segundo ele, evitar a dupla tributação é também garantir que as cooperativas não se sujeitem a um tratamento tributário mais oneroso em relação aos demais modelos societários. “Manter a neutralidade das cooperativas nas cadeias econômicas das quais participam é fundamental para que possam atuar no mercado em harmonia com os demais modelos de negócios existentes. Não é razoável que a reforma tributária traga uma situação mais gravosa às cooperativas, ferindo o princípio da isonomia, indispensável entre contribuintes”, acrescenta.

Para Lasier Martins, o cooperativismo é um instrumento de promoção do desenvolvimento econômico e social. Não só dos seus membros, mas das comunidades e, por isso, é preciso resguardar que a tributação incidente seja equânime em relação a outras sociedades. “Cooperativas não visam lucro e suas sobras retornam aos seus associados. É

injusto, portanto, tributar a figura da cooperativa”, destaca.

O presidente da Frencoop, deputado Evair de Mello (ES), lembra que a inclusão do ato cooperativo na Constituição é uma das demandas mais antigas do setor e que a medida busca garantir a competitividade das cooperativas no mercado. “O ato cooperativo é o coração da cooperativa e desconsiderar isso pode ser fatal para os seus negócios. A aplicação correta do tratamento tributário, é, portanto, uma medida justa. Não se trata de nenhum privilégio”, defende. 



Heinze: contra modelo de tributação mais oneroso para as cooperativas.

Cooperativa Central de TI dá seus primeiros passos operacionais no Paraná

Projeto de intercooperação, inédito no meio agro, reúne 21 cooperativas paranaenses numa iniciativa que vinha sendo discutida desde 2015

A UniTI – Cooperativa Central de Tecnologia da Informação, criada em dezembro passado como resultado da intercooperação entre 21 cooperativas paranaenses, realizou no final de março seu Assembleia Geral Ordinária (AGO) e também a terceira reunião do Conselho de Administração. Esses são alguns dos passos iniciais da fase operacional de um projeto inovador. Durante a AGO, realizada por meio virtual, os representantes das 21 cooperativas que compõem a Central acompanharam e aprovaram a prestação de contas, o relatório dos órgãos de administração e o balanço do exercício 2021.

Os dirigentes ratificaram a escolha dos membros dos conselhos de administração e fiscal, e aprovaram o Regimento Interno de gestão da cooperativa. Os cooperativistas confirmaram os objetivos e metas para 2022, definidos durante as discussões para a formação da central, em 2021.

Segundo o presidente da UniTI, Alair Aparecido Zago, o Plano Operacional da cooperativa seguirá as prioridades discutidas e aprovadas no projeto de estruturação da Central. “Vamos focar nos serviços priorizados pelas cooperativas, em específico na infraestrutura, suprimentos, segurança da informação e inovação”, disse. “A fundação da UniTI aconteceu em 8 de dezembro do ano passado e, em 2022, começamos a trabalhar de for-

ma efetiva para atender os objetivos da cooperativa”, ressaltou.

O presidente apresentou aos cooperados o novo diretor executivo da UniTI, Alfredo Benedito Kugeratski Souza, escolha ratificada pelo Conselho de Administração da Central. O dirigente terá a missão de fazer a estruturação da cooperativa, cumprindo as atribuições definidas no plano de ação para 2022. Entre as prioridades, estão a contratação e formação da equipe de trabalho, a abertura de conta e a integralização do capital e taxa operacional.

O início – Desde 2015, quando surgiu a primeira proposta para integrar as cooperativas paranaenses num grande projeto de Tecnologia de Informação, até a data histórica de 8 de dezembro de 2021, quando foi realizada, virtualmente, a Assembleia Geral de constituição da UniTI - Cooperativa Central de Tecnologia de Informação, foram muitas reuniões presenciais e on-line com as cooperativas interessadas. Nos dois últimos anos e com destaque para 2021, durante a pandemia da Covid-19, todos os encontros foram realizados de forma virtual, sempre com suporte de profissionais do Sistema Ocepar, para que as lideranças pudessem analisar o estatuto e as proposições acerca de regras e atribuições operacionais e de governança.

O superintendente do SESCOOP/PR, Leonardo Boesche, que presidiu a AGO de

fundação como presidente ad hoc, destacou que a ideia nasceu durante Encontro de Núcleos Cooperativos, realizada em Campo Mourão em 2015, quando o diretor administrativo e financeiro da Coamo, Antonio Sérgio Gabriel, ressaltou a necessidade de compartilhamento da estrutura de TI entre as cooperativas num processo de intercooperação. A proposta foi incorporada na época ao planejamento estratégico do PRC100.

“Tudo evoluiu ao ponto de dar origem à cooperativa central, constituindo-se em um marco histórico do cooperativismo paranaense com a participação de 21 delegados de cooperativas parceiras. Para isso, contou com a participação de técnicos da área de TI tanto das cooperativas como do Sistema Ocepar”, frisou. Boesche lembrou que a UniTI é um dos 20 projetos do Plano Paraná Cooperativo, PRC200, de número 10, Compartilhamento de TI.

O presidente do Sistema Ocepar, José Roberto Ricken, reforçou ainda que, com a assessoria da consultoria Falconi, a proposta demandou dois anos de estudos e elaboração até chegar à sua constituição, embasada nos critérios que norteiam a criação de organização dessa natureza. “Realmente esse 8 de dezembro vai ficar na história do cooperativismo pela criação da UniTI, cuja finalidade é compartilhar ações na área de TI. É um fato muito expressivo no cooperativismo do Paraná”.



Cooperativas: expansão regional e seus desafios


André Dias

Dados apurados recentemente pela Spark, além de informações veiculadas em espaços de alta credibilidade da mídia especializada, indicam que o Sistema Cooperativo Brasileiro atravessa um período de forte expansão nos negócios. Uma entrevista concedida pelo presidente do Sistema OCB – Organização das Cooperativas Brasileiras -, Marcio Lopes de Freitas, ao ex-ministro da Agricultura Roberto Rodrigues, hoje coordenador do Centro de Estudos do Agronegócio da Fundação Getúlio Vargas (FGV Agro), também revela números relevantes atrelados às cooperativas. Conforme Lopes de Freitas, o Sistema OCB reúne atualmente 1,2 mil cooperativas. Estas, destacou ele, já respondem por 54% da produção agropecuária nacional, realizaram exportações diretas de US\$ 10 bilhões em 2021 e crescem na casa de 10% ao ano (em número de cooperados). Simultaneamente ao contínuo avanço mercadológico das cooperativas, especialistas e consultorias do setor reforçam que também está em curso um movimento visando à expansão territorial dessas empresas. Elas estão saindo de seus nichos tradicionais de cobertura com investimentos elevados e o objetivo de abocanhar mercado, sobretudo em regiões onde predominam modais de acesso como vendas diretas e revendas.

Ninguém duvida da força e do potencial de expansão das cooperativas. Mas uma análise aprofundada do segmento nos dias de hoje mostra que a participação majoritária dessas empresas ainda se concentra nas regiões ditas

“tradicionais” do Sul e do Sudeste. No Centro-Oeste, as cooperativas ocupam posições relativamente menores em negócios; vale ressaltar que o Centro-Oeste representa 47% do mercado potencial de defensivos e sementes. É notável, em contrapartida, já ter sido registrado, no mesmo Centro-Oeste, entre 2019 e 2021, um salto de 21% para 29% na participação de mercado das cooperativas. Dados recentes apurados pela Spark permitem concluir que o avanço da penetração das cooperativas no mercado do Centro-Oeste pode ser ainda mais bem-sucedido por meio da reversão de diferenças entre indicadores regionais de educação, faixa etária e hábitos de compras, entre outros, medidos em propriedades das duas regiões analisadas.

Comparemos: no Centro-Oeste, 63% dos tomadores de decisão atuantes nas propriedades contam menos de 40 anos de idade, contra 47% da região Sul. 95% desses profissionais se situam entre o nível médio e o superior no Centro-Oeste (41% superior). Já no Sul, a mesma relação é de 88% e 29%. Esses dados demonstram que as percepções e os comportamentos dos tomadores de decisão são no mínimo díspares no Centro-Oeste e no Sul, marcadamente quanto à aceitação de novas tecnologias e ferramentas de gestão, fidelidade a marcas e empresas e aderência a serviços de assistência técnica. O processo de expansão das cooperativas exigirá cada vez mais planejamento e execução monitorada (tratamos disso no artigo anterior, O que não é medido não é gerenciado,

disponível na plataforma AgroRevenda). Sucesso depende de conhecimento de mercado, da capacidade de adaptação de equipes e de propostas de valor adequadas entregues por cooperativas a agricultores com diferentes perfis. A única certeza dos negócios é a da mudança contínua. Assim também acontece na vida: sobrevivem as espécies que se adaptam com mais facilidade e rapidez ao ambiente, não necessariamente as que são mais fortes. 

* **André Dias**, engenheiro agrônomo pela Esalq/USP, é sócio fundador da Spark, empresa líder no desenvolvimento de estudos de mercado para os setores de defensivos agrícolas e sementes. É também presidente da Fundação Agrisus – Agricultura Sustentável.



Aurora renova marca e muda embalagens para fidelizar consumidor



Novo padrão de embalagens dos produtos da Aurora Coop.

Aurora Coop anunciou em março ao mercado brasileiro, clientes e consumidores a renovação de sua marca principal, Aurora, com nova logomarca e novas embalagens. O movimento vem para fortalecer ainda mais a marca Aurora, com objetivo de atrair e fidelizar cada vez mais os seus consumidores.

A renovação da Aurora traz a marca de cara nova, pensada para os novos tempos, mantendo a sua essência acolhedora, solar, viva. O significado da palavra aurora, “a luz do nascer do sol”, serviu como inspiração para o novo design. O desenho do sol agora está mais orgânico e ganha uma ondulação que representa as montanhas do campo no horizonte. As cores amarelo, laranja e vermelho, já conhecidas pelos consumidores, continuam na paleta de cores

da marca. A tipografia é nova e agora escrita em “A” maiúsculo, representando a grandiosidade da marca.

Nas embalagens, o protagonismo dos alimentos foi destacado por novas fotos mostrando os produtos recém-preparados. A essência do campo também está presente no topo da embalagem, com o sol sempre no horizonte e a marca em lugar de destaque.

“As novas embalagens ficaram mais modernas, com mais apelo, e mais fáceis de serem reconhecidas no ponto de venda”, destaca Ricardo Chueiri, head de marketing da Aurora Coop.

“A renovação da marca Aurora vem para reforçar o nosso compromisso de fornecer produtos de qualidade, saborosos, feitos com cuidado pelas

mais de 100.000 famílias da nossa cooperativa”, complementa Leomar Somenzi, vice-presidente de mercados da Aurora Coop.

Os filmes de lançamento contam novamente com o tenista Guga, garoto propaganda da Aurora, destacando a renovação da marca como parte da campanha “A gente faz com gosto tudo que você gosta”, iniciada em 2021. 🌱



Nova marca comercial da Aurora.

Produzir cana exige gestão

Coopercitrus orienta produtores sobre como elevar a rentabilidade na atividade



Atividade canieira demanda administração rigorosa e uso de tecnologias oferecida pelo mercado

A atividade secular no Brasil, a produção de cana-de-açúcar demanda o mesmo nível de atenção e tecnologia que outras culturas altamente tecnificadas. Para que produtor de cana-de-açúcar garanta boa produtividade com rentabilidade, é preciso levar em consideração uma série de fatores, como o manejo adequado, o uso de tecnologias que auxiliam na otimização dos insumos e investimentos na gestão para equilibrar os custos de produção.


A consultora especialista em cana-de-açúcar e café na Coopercitrus, Fabiana Aparecida Fernandes, explica que

pensar nos detalhes é importante para aumentar a produtividade e diminuir os danos causados à produção por problemas climáticos. “É importante conhecer o comportamento das variedades na área onde serão implantadas, o tipo de solo que está sendo cultivado e suas limitações de fertilidade e capacidade de armazenamento de água. O ambiente de produção e a alocação correta permitem que os materiais desempenhem o máximo de seu potencial”.

O engenheiro responsável pela produção agrícola no Grupo Familiar Semensato, William Semensato, ressalta que a

elevar produtividade é a melhor maneira que o produtor tem para diminuir o custo de produção. “Esses dois pontos devem caminhar em equilíbrio para que possamos ter um bom custo na aquisição dos insumos sem deixar de fazer as operações necessárias para cada fase de desenvolvimento da cultura. Além disso, é importante realizar constantes cotações durante o ano para avaliar a flutuação dos preços e realizar a compra dos insumos quando esses valores atingirem o menor valor”.

Para o diretor do Pecege Projetos, João Rosa, fazer o manejo bem feito e conduzir bem o negócio é o caminho do sucesso. “É preciso investir com racionalidade e com gestão, controlando indicadores e custos de produção. Em geral, os produtores sabem conduzir muito bem parte técnica da atividade, mas acabam por descuidar da gestão”, alerta.

Atenta à importância do planejamento, a Coopercitrus, junto com seu time de especialistas, oferece todo o suporte para garantir os melhores resultados no cultivo de cana. A Cooperativa oferece uma completa linha de produtos, entre fertilizantes, defensivos, ferramentas, irrigação, tratores, máquinas, implementos e soluções de agricultura de precisão. A cooperativa também atua na difusão de boas práticas, na prestação de serviços especializados, como assistência técnica e suporte em campo. 

Cooperativismo: um pouco mais da essência...

Remy Gorga Neto

Essencialmente, o cooperativismo tem a face humana e o ser humano se percebe na identidade cooperativa ao colocar em prática a sua essência.

É intrínseco ao ser humano exercer a prática da cooperação e isso se manifesta em quase todos os momentos da nossa vida, nas pequenas e corriqueiras atividades familiares, em nosso trabalho, nas alianças estratégicas das grandes corporações e até mesmo nas nações, ao se unirem em blocos continentais e econômicos.

Podemos creditar a nossa sobrevivência, nos primórdios da humanidade, à capacidade de unir esforços para vencer as adversidades impostas pelo ambiente hostil, cercado de ameaças e com escassos recursos.

A cooperação, inerente à essência do ser humano, tendo como objetivo o alcance de propósitos comuns, passa a se tornar um processo organizado com o surgimento do cooperativismo.

O modelo cooperativista, que traz na sua essência princípios e valores, estabelece uma correlação com a identidade humana, que tem, na prática de valores e princípios morais e éticos, o alicerce que sustenta a estrutura da nossa sociedade.

Dessa forma, com linhas orientadoras simples, sintetizadas nos sete princípios, o cooperativismo se consolidou e está presente no mundo há quase dois séculos.

A palavra princípio tem origem do latim *principium*, que significa "origem", "causa

próxima", ou "início". Os princípios cooperativistas estabelecem um conjunto de diretrizes que orientam o funcionamento das cooperativas, tal como as pessoas se orientam por valores e princípios fundamentais em sua conduta social.

A aplicação do modelo cooperativista nasce da carência das pessoas em suprir alguma necessidade que individualmente seria inviável e que, cooperando informalmente, seria inexecutável. Dessa maneira, o cooperativismo se distingue como a forma organizada de promover a cooperação entre as pessoas e tem a cooperativa como a entidade, personalidade jurídica, que, seguindo os preceitos estabelecidos pelos princípios conceituais do cooperativismo, coloca em prática o exercício da cooperação, atendendo e suprimindo as necessidades das pessoas que voluntariamente se unem.


Essa união estabelece um pacto de cooperação cujo objetivo maior é o interesse coletivo em detrimento ao interesse individual, resultando na redução dos custos, no ganho do poder de barganha e, conseqüentemente, no aumento da competitividade.

Ao analisarmos que o exercício da cooperação, no ambiente da cooperativa, está alicerçado em relações pessoais de confiança e solidariedade, que promovem a coesão associativa, percebemos mais uma correlação entre a essência do cooperativismo e a essência do ser humano.

Evidente que aqui não estamos abordando a dicotomia entre o que motiva o

comportamento cooperativo e o comportamento competitivo, próprios do ser humano, que se estabelecem nas relações negociais e sociais dos associados e suas cooperativas, mas sim os aspectos intrínsecos à essência do cooperativismo e do ser humano em uma abordagem conceitual que os identifica e aproxima.

Ao revisitarmos alguns pensadores e teóricos que deram origem à filosofia cooperativista, como Owen, Fourier, Buchez, Blanc, King, percebemos um conteúdo humanitário, tendo como base a preocupação com o bem-estar social, valorizando o que hoje poderíamos denominar de relação ganha-ganha, protagonizada pelo cooperativismo.

Enfim, podemos divagar sobre a essência que permeia as bases cooperativistas e suas intrínsecas relações com os sentimentos e a essência do ser humano e chegar a múltiplos entendimentos. No entanto podemos afirmar que o cooperativismo tem se mostrado, principalmente nos dias atuais, como o modelo de negócios que mais reflete a face humana. 



Remy Gorga Neto é presidente do Sistema OCDF-Sescoop/DF - Sindicato e Organização das Cooperativas do Distrito Federal.

80 KG A MENOS DE RAZÕES PARA MUDAR A SUA VIDA E OS SEUS NEGÓCIOS.




UM NEGÓCIO DO
**GRUPO
PUBLIQUE**
PRESEÇA TOTAL NO AGRO



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 9105 2030 com Carlos



RECALCULANDO
SAÚDE E FELICIDADE

Insumo on-line movimentado Agro 4.0 no Brasil

Quase metade dos produtores comprou durante a pandemia.



O produtor rural brasileiro tem investido cada vez mais em tecnologia

O produtor rural brasileiro tem investido cada vez mais em tecnologia para aumentar a produtividade do campo. A Agricultura 4.0 trouxe um conjunto de soluções tecnológicas para monitorar os processos e auxiliar na tomada de decisões mais assertivas, aumentando os rendimentos das lavouras e das criações. Muitas soluções já estão em prática em propriedades rurais espalhadas pelo país. De olho neste nicho de mercado, os fornecedores de tecnologia, nacionais ou internacionais, aumentaram sua presença no Brasil. O mesmo ocorreu com o número de startups que oferecem soluções direcionadas ao agronegócio. A

presença de mais players no segmento facilita o acesso aos equipamentos de última geração e torna a agricultura 4.0 mais presente no dia a dia do campo.

Para atender à crescente demanda por alimentos e pela praticidade, o produtor está aberto a adquirir os insumos nas plataformas digitais. O levantamento "A Mente do Agricultor Brasileiro na Era Digital", conduzido pela consultoria de gestão global McKinsey & Company em 2021, assinala que os produtores brasileiros estão à frente de seus pares americanos e europeus na preferência por canais online para compra dos itens. O estudo aponta que 36% desse

público no Brasil realizou compras na internet antes da pandemia; em 2020, o número saltou para 46%, ou seja, aumento de quase 22%. No mesmo período analisado, na Europa o percentual passou de 15% para 22% e nos Estados Unidos de 24% para 31%.

Outro dado reforça a necessidade de os empresários brasileiros anunciarem seus produtos nas plataformas digitais, a exemplo dos marketplaces, para melhorar o desempenho dos negócios. De acordo com levantamento recente da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (Abcomm), as vendas online correspondem a 11,6% do setor

varejista no país. O desempenho segue tendência registrada no ano: em todos os meses, a participação do comércio eletrônico ficou na casa dos dois dígitos no país.

O agro é um dos setores que mais movimentam a economia brasileira. O campo responde por quase um quarto do Produto Interno Bruto (PIB) e metade das exportações. Segundo a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), nos últimos 10 anos, a participação do país no mercado mundial de alimentos passou de US\$ 20,6 bilhões para US\$ 100 bilhões. Segundo os especialistas da Embrapa, a contribuição para o abastecimento mundial deverá crescer nos próximos anos. Atualmente, cerca de 800 milhões de pessoas no Brasil e ao redor do mundo consomem os alimentos produzidos no país.

Um exemplo de atuação sintonizada com essa realidade é a Agrofy, que há seis anos passou a liderar a digitalização de todos os processos ligados à produção agropecuária na América Latina, com forte foco na consolidação no mercado brasileiro. O trabalho valeu a pena e posicionou o marketplace não apenas como líder na região, mas como um dos mais importantes do mundo no universo digital do agro. A empresa contabiliza cinco milhões de visitas mensais no Brasil, Argentina, Colômbia, Peru, Bolívia, Paraguai, Chile e Uruguai. São mais de 5 mil marcas anunciadas no marketplace distribuídas em 20 categorias de produtos e serviços. “O que nos diferencia de outras propostas de e-commerce para a agricultura é que não há nenhum que seja um marketplace puro como o nosso e que seja apoiado por uma equipe com

DNA 100% digital e focado 24 horas por dia no setor agro”, diz Maximiliano Landrein, CEO e fundador da Agrofy. O crescimento da plataforma ocorreu durante a pandemia da Covid-19, momento em que muitas empresas fecharam as portas no mundo. No início deste ano, a Agrofy rompeu sua própria barreira e levantou US\$ 30 milhões (R\$ 171,3 milhões) em investimentos para expansão das atividades no Brasil, melhoria da plataforma e otimização dos serviços de crédito e pagamento. Desde o início das atividades, em 2015, a empresa soma mais de US\$ 66 milhões em rodadas de investimentos. **AR**



Maximiliano Landrein - CEO e fundador da Agrofy. Focados 24 horas por dia no Agro.

AGROFY

- # Principal mercado on-line do agronegócio na América Latina
- # Marketplace com 20 categorias de produtos e serviços
- # Disponibiliza aos produtores mais de 150 mil itens
- # Compras rápidas e seguras
- # Presente no Brasil, Peru, Paraguai, Chile, Uruguai, e na Argentina, Colômbia e Bolívia

“O trabalho valeu a pena e posicionou o marketplace não apenas como líder na região, mas como um dos mais importantes do mundo no universo digital do agro.”

Perspectivas e tendências em logística

Plataformas atuantes serão cada vez mais inovadoras para agregar valor às operações dos parceiros.

Charlie Conner - CEO da logtech Tmov



Aumento do diesel, inflação subindo, disrupção contínua em fluxos de produtos no mundo

inteiro, falta de "braço" em segmentos-chave em supply chain em diversos países. 2021 não foi um ano fácil para

quem administra logística e o fluxo ordenado de seus produtos. Por outro lado, foi um período com alta ativida-

de em tecnologia em companhias cuja missão é resolver as principais dores do segmento logístico. Olhando para frente, acredito que 2022 será definido por várias tendências que guiaram o setor neste ano e outras novas terão destaque. O conjunto dessas tendências levará ao maior uso de tecnologia e inovação na gestão de logística. E a consolidação do setor provavelmente será acompanhada pela convergência entre modelos diferentes.

A pandemia desencadeou a aceleração tecnológica. Conforme uma pesquisa da Gartner, mudanças importantes nos modelos de negócios dispararam a automação nos centros de distribuição e no atendimento no ano que passou. O grande desafio é que os profissionais aprendam a interpretar a enorme quantidade de dados e análises gerados pelos sistemas e consigam tomar melhores decisões em suas funções. Lembrando que os esforços do setor acompanharão algumas das mais urgentes demandas globais. A pesquisa aponta, ainda, que as empresas estão cada vez mais comprometidas com aspectos sustentáveis para reduzir os impactos ambientais para o cliente. A otimização da rede logística para retirar veículos das ruas e reduzir a emissão de carbono, a reutilização do calor dos processos de manufatura 'upstream' para fornecer energia aos elos 'downstream', e soluções criativas para aumentar a densidade do transporte são alguns exemplos.

A DISRUPÇÃO EM SUPPLY CHAIN E FLUXOS DE PRODUTOS

Os efeitos da economia 'start/stop', oriunda da pandemia, foram profundos e levarão tempo para se dissiparem. Existem engarramentos estruturais em pontos-chaves da cadeia em vários países, sobretudo nos EUA, que

persistirão pelos próximos meses. Isso terá um efeito inflacionário, obrigando os gestores a rever a forma como movimentam produtos e a refletir sobre a metodologia usada para administrar os seus negócios. Com o tempo, os ajustes serão completos e a normalidade voltará. Mas vai demorar.

CUSTOS ELEVADOS

Os principais insumos na cadeia logística vêm subindo e isso continuará. Em alguns países, não existe mão-de-obra para transporte rodoviário e nos portos. No Brasil, estamos com o diesel mais caro, inflação na mão-de-obra e custo de capital elevado. Tudo isso representa uma tendência inflacionária e exigirá maior foco em eficiência operacional em todos os níveis do supply chain.

INVESTIMENTOS MAIS ELEVADOS EM TECNOLOGIA

A pressão dos custos, a necessidade de aumentar a visibilidade numa cadeia mais estressada e a escassez de pessoas qualificadas no setor levarão ao aumento dos investimentos em tecnologia. O objetivo será o de ampliar a eficiência dos processos, a automação e a rastreabilidade das cargas, além de gerar maior transparência e segurança. Também serão acelerados os investimentos em tecnologias mais avançadas, como caminhões autônomos e uso do 'blockchain' na logística. Nesse cenário, plataformas independentes que criarem novas soluções para o setor focadas nessas tecnologias continuarão se beneficiando.

CONSOLIDAÇÃO

As mesmas pressões incentivarão a consolidação de várias camadas do ecossistema da logística. À exemplo do digital 'freight brokerage', que, em português, significa um corretor de frete digital, e outras plataformas,

em 2021, vimos casos de M&A's nos quais o foco era ganhar escala com ofertas de tecnologia e propostas complementares, como a compra da Transplace pela Uber Freight. Em 2022, plataformas e outros players do setor tendem a continuar sua consolidação em mercados ainda pulverizados.

PLATAFORMAS TERÃO QUE IR 'ALÉM DO MATCH'

Em paralelo, plataformas existentes terão de expandir portfólios de soluções e inovar para poder atender às demandas cada vez mais exigentes dos seus parceiros — soluções completas que tragam eficiência, transparência e insights ponto a ponto. Já começamos a ver isso em 2021, com plataformas adquirindo empresas com tecnologias que ampliam o portfólio de soluções que elas poderiam oferecer a embarcadores. A Loadsmart, por exemplo, investiu em empresas de agendamento e gestão de pátio. Por outro lado, plataformas com soluções mais rasas, focadas em apenas um pedaço da jornada — publicar cargas ou fazer o match entre carga e caminhoneiros — tendem a perder espaço.

CONVERGÊNCIA ENTRE MODELOS

Também esperamos ver a convergência contínua entre os modelos operacionais. Estimamos que plataformas tecnológicas nascidas como fornecedoras de tecnologia comecem a operar fretes que agreguem mais valor aos clientes. Vimos isso acontecer com a Convoy e continuaremos vendo plataformas com DNA de tecnologia e operações abrindo-se para que outros operadores do setor usem a tecnologia para ganhar escala. Em segmentos como o digital 'freight brokerage', modelos de oferta de tecnologia não conseguem resolver as dores dos clientes. Portanto, esperamos a convergência

continua entre modelos. As plataformas terão que entregar cada vez mais experiências com tecnologia robusta que garanta desempenho operacional.

REGULAÇÃO E FISCALIZAÇÃO NO SETOR DE LOGÍSTICA RODOVIÁRIA NO BRASIL

A entrada do DTE (Documento Eletrônico de Transporte) e o aumento da fiscalização sobre o uso de carta frete, não pagamento de vale pedágio, recolhimento de INSS de caminhoneiro, e outros, terão impactos positivos para os caminhoneiros. Porém, exigirão grandes ajustes por parte das transportadoras que operam fora da lei agora. Para elas, os custos e a demanda de capital de giro vão aumentar. Isso fará com que precisem buscar eficiência através de um

maior uso de tecnologia para compensar. Por outro lado, o DTE e as propostas do governo de abrir informações para a cadeia permitirão inovações importantes com relação à oferta de serviços financeiros e outros para o caminhoneiro.

2022 deverá ser outro ano de volatilidade no setor, com um ambiente operacional extremamente complexo no mundo inteiro e aqui no Brasil também. Acreditamos que esses desafios serão superados ao longo do tempo, com o uso de tecnologias que atacam as principais dores dos clientes e que plataformas atuantes no setor deverão ser cada vez mais inovadoras para agregar valor às operações dos seus parceiros. AR

“

2022 deverá ser outro ano de volatilidade no setor, com um ambiente operacional extremamente complexo no mundo inteiro e aqui no Brasil também.”

Charlie Conner
CEO da logtech Tmov



**Você que ama conhecer lugares,
vai amar navegar por aqui**



**Turista
Profissional
.com.br**

Vale a pena navegar por aqui!

Canal Turista Profissional • Comunidade Instagram • Comunidade Facebook
Cursos • Palestras • Coach • Consultoria



(11) 9.9101.7669



Desafios e problemas aumentam a importância da Gestão no Agronegócio



Marcelo Prado

Esse ano começou com La Niña, seca no sul do Brasil e muita chuva no Centro-Norte, o que promoveu perdas significativas na safra de grãos de verão. Tanto que muitos agricultores tiveram que lançar mão do

seguro rural. Além disso, uma crise no fornecimento de insumos também impactou a atividade agrícola. Como exemplo, temos as sanções econômicas adotadas contra a Bielorrússia, que é um dos maiores fornecedores de po-

tássio para o Brasil, reduzindo a disponibilidade deste fertilizante no mercado e causando uma elevação nos preços de 231%, com a tonelada chegando a US\$ 810,00, preço nos portos do país. Outro aspecto relevante foi a elevação

das taxas de juros, que deverá chegar a 11,75% no fim de 2022. Medida tomada pelo Banco Central do Brasil para segurar o avanço da inflação, que em 2021 alcançou 10,06%, e poderá chegar no final de 2022 a 6%. O fenômeno inflacionário debilita a capacidade de compra do consumidor, afetando praticamente todas as cadeias produtivas.

A retomada do crescimento dos casos de Covid 19 pela variante Omicron também impactou a atividade econômica no país nos dois primeiros meses do ano. Além disso, a polarização entre Esquerda e Direita para as eleições presidenciais de outubro de 2022 potencializam muitas instabilidades no câmbio e crescimento da economia. Assim, as perspectivas para a variação do Produto Interno Bruto (PIB) no ano oscilam entre -0,5% e 0,3%. Todo esse contexto gera incertezas para todos os empresários que lideram e administram os diversos

tipos de negócios. Na Distribuição de Insumos Agrícolas não é diferente. Temos vivenciado, nos últimos meses, elevações dos preços dos fertilizantes e dos defensivos agrícolas, que chegaram a impactar entre 40% e 50% os custos de produção na safra colhida no verão, inclusive, também com a falta de produtos e cancelamento de pedidos pelas indústrias. Quando se junta todos esses fatores, pode-se constatar que a margem dos agricultores em 2022 ficará menor e, com isso, o processo de gestão de risco voltará a ter protagonismo dentro das vendas, pois um negócio de margens apertadas não consegue conviver com índices de inadimplência superiores a 1%.

Aqui, vale a pena ressaltar que várias AgTechs têm trazido tecnologia e eficiência para que o empresário da distribuição possa ter critérios de gestão de risco mais profissionalizados

e competentes, gerando, com isso, segurança para o negócio. Quando se olha para o segmento de varejo no Brasil, pode-se observar que o setor é muito sensível a fatores externos. O Magazine Luiza, por exemplo, que, em 2020, teve um ano espetacular com valorização de suas ações de 104% devido, principalmente, à explosão de consumo digital integrado a lojas físicas. Já em 2021, não conseguiu o mesmo desempenho. Suas ações desvalorizaram em 71%, continuando esta trajetória de queda em janeiro de 2022, com perdas ao redor de 2%. O leitor deve estar se questionando: o que a Magazine Luiza tem a ver com o agronegócio? Com esses números, pretendo mostrar que existe uma linha muito tênue entre sucesso e insucesso, e esses exemplos vindos de outros setores deveriam servir de alerta e inspiração para os empresários do agronegócio, pois, muitas vezes, a abundância leva à escassez.

Também vale a pena ressaltar que os campeonatos são conquistados nos detalhes e a atenção plena com cada setor da empresa é fundamental para que não se cometa erros que possam comprometer as tão suadas margens. O Flamengo é um exemplo disso, na final da Libertadores de 2021. Por uma falha de um jogador perdeu o campeonato mesmo sendo o time favorito. Esse cenário deveria inspirar toda a classe empresarial da distribuição para que esteja sempre atenta e alerta a cada detalhe, que, no final, pode significar o sucesso ou o fracasso. Apesar de todo o contexto turbulento para 2022, se os líderes manejarem bem suas estratégias, planejamentos e ações operacionais, tem tudo para ser um ano de grandes safras de resultados e colheitas abundantes, desde que se saiba fazer o dever de casa na busca da excelência em gestão. **AR**



Marcelo Prado, presidente da MPrado Consultoria.

Show Rural Coopavel 2022!

Indústrias, produtores e lideranças se reuniram em Cascavel (PR), na largada das grandes feiras neste ano. E quem também brilhou foi o Grupo Publique, com uma cobertura especial junto aos grandes parceiros do Agro Brasil



Mirante do Show Rural Coopavel 2022

As bandeiras gigantes tremulando com o vento agradável de janeiro de 2022 em Cascavel, região oeste do Paraná, o segundo maior estado produtor de grãos do país. A massa de visitantes, profissionais, trabalhadores, executivos, líderes, comerciantes e terceirizados que tomaram conta de entradas, saídas, ruas, estandes e estacionamentos no Parque de Exposições e arredores. Mesmo com desafios e restrições impostos pela pandemia da Covid-19, a 34ª edição do Show Rural Coopavel se fez. Com um ano de atraso. Mas alcançando números surpreendentes. Cinco dias de evento. Normas sanitárias observadas em toda a área, em cada canto, inclusive com a distribuição de álcool em gel em vários pontos do parque. Comercialização de R\$ 3,2

bilhões, o maior da história, superando até mesmo o resultado de fevereiro de 2020, quando as vendas atingiram R\$ 2,7 bilhões.

O número de expositores, projetado inicialmente em 400, chegou a 585. Assim, o Brasil Agro abriu o calendário das grandes feiras em 2022. “Estamos

muito felizes com os resultados. Tomamos todas as medidas necessárias e o público, interessado em conhecer as mais diferentes novidades para a agricultura e pecuária, compareceu, respeitou as restrições e prestigiou o evento. E a próxima edição, em fevereiro de 2023, será ainda maior”, comemorou Dilvo Grolli, na Arena Paraná. “Estamos muito felizes com tudo o que aconteceu nesta semana. Agradecemos a todos que colaboraram, apesar dos enormes desafios encontrados”, destacou o coordenador geral do Show Rural Coopavel, Rogério Rizzardi.

E o Grupo Publique, no lombo de mais de 33 anos de Comunicação e Negócios no setor, compareceu em peso. Cinco profissionais presentes. Outros cinco na retaguarda, virtualmente, em vários municípios. Conteúdo ao vivo, nas redes sociais, em podcasts, sites, publicações impressas e digitais. Coberturas especiais para clientes e parceiros diferenciados. Apenas o pontapé inicial de um ano especial. É Agro? É Publique! Sempre! Em todo lugar. Acompanhe. **AR**



Time das Plataformas Fala Carlão e AgroRevenda no estande da Tortuga - Marca da DSM



Quase 600 empresas expositoras.



Equipe do Grupo Publique em Cascavel: Riba, Carlão, Macedo, Vinicius e Roberto.



Bovinos Senepol em Cascavel.

34ª EDIÇÃO DO SHOW RURAL COOPAVEL 2022

- # Comercialização recorde de R\$ 3,2 bilhões em cinco dias
- # R\$ 500 milhões a mais do que o resultado de 2020
- # 585 expositores | Espaço de 720 mil metros quadrados
- # 35ª edição: 6 a 10 de fevereiro de 2023

DILVO GROLI, PRESIDENTE DA COOPAVEL

"Foi uma edição de superação. Não só pela quebra de recordes históricos, mas, acima de tudo, pela coragem. A feira não precisaria ter números tão elevados, para ser considerada um sucesso. Só por ela ter sido realizada já foi um enorme feito. O crescimento nos números de casos de Covid-19 no Brasil acendeu um alerta, mas a cooperativa firmou posição e manteve o evento, obedecendo a todos os protocolos sanitários. E o que se viu foi uma mostra da força do agronegócio brasileiro e da capacidade da cooperativa em superar adversidades. As maiores companhias que hoje atuam no agro mundial estavam aqui, com seus mais recentes lançamentos e tecnologias, assim como uma grande rede de fornecedores de produtos e serviços que têm o homem do campo como seu mercado. E também as instituições e organizações públicas e privadas. Um evento técnico, científico, comercial e institucional, fruto de muita ousadia, competência organizacional e trabalho duro. A próxima edição, de 6 a 10 de fevereiro de 2023, será ainda maior".

ADAMA movimentando agricultores

Empresa levou à Coopavel caminhão, novas tecnologias, lançamentos e interação total com produtores rurais



Alexandre Pires - Diretor de Marketing da ADAMA.

ADAMA, companhia integrante de uma das maiores holdings do agronegócio global, comemorou o resultado bastante positivo para os negócios na sua



Atividades o dia inteiro no Show Rural.

presença no evento promovido pela Coopavel, com um grande volume de visitantes ao estande durante todos os dias e em todos os horários. "Conseguimos trazer ainda mais inovação para os produtores rurais, tanto em soluções diferenciadas e efetivas para os desafios que encontram no campo quanto em experiência em nosso espaço aqui no evento", afirmou Henrique Lolata, analista de Comunicação de Campo da ADAMA, responsável pelo estande. Para ele, e os agrônomos que deram palestras sobre como solucionar os problemas no campo e atenderam os produtores no local, o volume de visitantes no estande, seguindo todos os protocolos de segurança para a Covid-19, superou todas as

expectativas, puxado essencialmente pelo grande lançamento da empresa este ano, o Armero, fungicida voltado prioritariamente para a cultura da soja. Além das outras soluções da



Balão ADAMA para observação do público.



Romeu Stanguerlin - CEO da ADAMA Brasil.

companhia, que atuam na proteção de cultivos e auxiliam na maximização da produtividade, reforçando o programa 'Bom de Soja' e a promessa da marca de 'Escutar, Entender e Entregar - Listen, Learn, Deliver'. Como o herbicida Araddo.

Durante o Show Rural, a ADAMA lançou sua plataforma de biossoluções, um portfólio que conta com produtos biológicos e de bioestimulação de plantas. Dentre eles, já estão disponibilizados comercialmente

pela ADAMA o ExpertGrow, produto multicultural já consolidado neste mercado, e Emerge, fertilizante organomineral que acaba de ser lançado. Soluções voltadas à bioestimulação de plantas e possuem em sua composição extrato de algas e nutrientes. Com elas, a empresa espera alcançar em um prazo de cinco anos um faturamento anual de 50 milhões de dólares.

A ADAMA contou com a presença no estande do CEO da companhia no Brasil, Romeu Stanguerlin, que pôde conferir de perto a movimentação e conversar com os clientes, parceiros e equipes, ouvir as necessidades dos agricultores de perto e mostrar as soluções que a ADAMA vem entregando ao agronegócio. "A ADAMA quer ser uma companhia inspirada no agricultor, a melhor no mercado de formulação, focando em portfólio de produtos exclusivos e serviços que simplifiquem a vida do agricultor. Além disso, outro pilar de nossa estratégia é ser referência em Supply, ou seja, ter o produto certo, na hora em que o produtor precisa. Por isso, nosso trabalho é intenso e incansável para trazer o melhor, o que se traduz

ADAMA

Líder global em proteção de culturas

Presença em mais de 100 países

em nossa promessa de marca de escutar, entender e entregar", afirmou Stanguerlin. Uma visita importante foi a do sócio da ADAMA no Paraguai, Otávio Diedrich, catarinense de nascimento, mas vivendo no país vizinho desde os sete anos de idade. "O Paraguai hoje é um país muito bom para fazer negócios, com leis abertas, simples e que facilitam a atuação dos empreendedores. A empresa deve avançar bastante com esse panorama tão propício aos investimentos da ADAMA", explicou o empresário e produtor rural.

Estande inovador - Com mil e quinhentos metros quadrados, a área ocupada pela ADAMA levou muitas novidades. Além de subida de balão, até 20 metros de altura, mas preso ao chão, os visitantes puderam acessar um túnel sensorial 360 graus, além de fazer todo o circuito da soja, que incluiu entrada em uma tenda geodésica, mostrando os desafios do agricultor e o que é possível fazer para melhorar a experiência no campo e as soluções entregues. Além de um caminhão, que, aberto, transformava-se em uma área de 15m x 25m, com espaço para receber até 40 pessoas, mostrando a Experiência Armero aos agricultores. Eles também puderam participar de um bate-papo com especialistas em manejo de doenças e de demonstrações da ação do produto em uma sala imersiva de LED, além de conversas com técnicos da ADAMA. **AR**



Uma das laterais do espaço da ADAMA no Show Rural 2022.

As novidades tecnológicas do AgroGalaxy

Empresa aproveita presença no Oeste do Paraná para lançar o Instituto AgroGalaxy, que vai promover conhecimento, educação e inovação no Agro



Fernando Manzeppi - Vice-Presidente de Negócios, CMO do AgroGalaxy. E Welles Pascoal - CEO AgroGalaxy.

O AgroGalaxy, uma das maiores plataformas de insumos agrícolas e serviços voltados para o agronegócio brasileiro, marcou presença no Show Rural Coopavel com um estande com mais de mil metros quadrados, onde os visitantes conheceram as principais tendências digitais, o desenvolvimento sustentável para o setor e as novidades da companhia para o produtor rural. Foi apresentado o Tech A, departamento técnico do AgroGalaxy que testa as principais tecnologias e novidades do setor para desenvolver as melhores recomendações técnicas para o agricultor. A área conta com mais de 50 especialistas em campo, de Norte a Sul do país, responsáveis por disseminar e treinar os consultores

técnicos de vendas (CTVs) com as principais novidades do mercado. “O Tech A é uma área muito estratégica, principalmente para os agricultores, uma vez que eles têm a oportunidade

de atuar com diversas ferramentas do AgroGalaxy que auxiliam nas tomadas de decisão. Como o Plugfield, nossa estação meteorológica online. O Acerte A realiza o trabalho de aferição de pulverizadores com laudo final, demonstração e capacitação de agricultores e colaboradores. E o PTA (Protocolo Técnico AgroGalaxy), que é o nosso portfólio de produtos e insumos da companhia, apresentado de acordo com indicadores de rentabilidade, fit técnico e resultado produtivo ao agricultor”, afirmou Welles Pascoal, CEO do AgroGalaxy. O aplicativo AgroGalaxy e a assistente virtual Gi também estiveram presentes ao Show Rural, destacando como os mais de 20 mil clientes e usuários internos da companhia podem ter uma experiência digital omnicanal disponível 24 horas por dia, durante sete dias da semana. Sabendo sobre administração integrada de fazendas, criação de mapas e talhões, acompanhamento do clima em tempo real, gestão da



Fachada do estande AgroGalaxy.

safra, monitoramento inteligente de pragas e fácil comunicação com os CTVs. Os produtores rurais ainda puderam ter uma amostra de como funciona o recém-lançado Agrokea, a plataforma de agricultura de precisão do AgroGalaxy, que une tecnologias de ponta à inovação, ajudando a simplificar a rotina do campo. “A tecnologia nunca foi tão importante e necessária para o agronegócio quanto hoje. Aumento da produtividade, uso consciente de insumos e redução de custos e impactos no meio ambiente são apenas alguns dos benefícios que a agricultura moderna pode proporcionar. No Show Rural Coopavel, mostramos que uma das missões do AgroGalaxy é compartilhar o máximo de conhecimento possível para que os produtores rurais consigam fazer o uso adequado de todas as soluções tecnológicas disponíveis no mercado”, ressaltou Pascoal.

O AgroGalaxy atua na comercialização de insumos agrícolas, produção e beneficiamento de sementes, originação, armazenamento e comercialização de grãos, além de prestar serviços financeiros e agrícolas, atuando com marcas com mais de 30 anos de atuação no mercado. E aproveitou a presença no Oeste do Paraná para anunciar o lançamento do Instituto AgroGalaxy, que chega com o propósito de promover conhecimento, educação e inovação para impulsionar o desenvolvimento sustentável no campo. A instituição vai fomentar a aplicação de soluções que atendam às principais necessidades dos produtores rurais, ao mesmo tempo que vai gerar impacto socioambiental positivo e relevante ao agronegócio brasileiro. Para viabilizar a iniciativa, a empresa apoiou-se em seu Comitê de Sustentabilidade, instituído em 2021, com o objetivo de assessorar o seu Conselho de Administração em



O estúdio dimensional do AgroGalaxy.

INSTITUTO AGROGALAXY

Conselho de Administração

- # Tarcila Ursini - Chief Purpose Office na EB Capital
- # Marcello Brito - CEO da CBKK

- # Marcelo Morandi - Diretor Geral da Embrapa Meio Ambiente

- # Isabela Becker - Diretora de Sustentabilidade da Daterra Café e da Fundação DPaschoal

- # Aline Locks - CEO da Produzindo Certo

Diretoria Executiva

- # Sheila Albuquerque - Vice-Presidente de Negócios do AgroGalaxy
- # Mônica Alcântara - Head ESG do AgroGalaxy
- # Marco Teixeira - Vice-Presidente de Negócios do AgroGalaxy
- # Rodrigo Rodrigues - Diretor da Unidade de Sementes do AgroGalaxy
- # Pilar Sepúlveda - Diretora de Transformação Digital do AgroGalaxy

Conselho Fiscal

- # Luiz Carlos Passetti - Comitê de Auditoria do AgroGalaxy
- # Marina Godoy - Gerente Jurídica do AgroGalaxy
- # Thiago Losso - Diretor de Planejamento e Controle do AgroGalaxy

assuntos relacionados à gestão 'ESG' no agronegócio, em linha aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU). "O projeto é um passo relevante para cumprir os compromissos socioambientais do AgroGalaxy. A chegada do Instituto consolida um ideal que acompanha a empresa desde o seu início. A ideia é destinar parte do nosso lucro para gerar impacto positivo no meio ambiente, na produção agrícola e na vida do trabalhador rural. Em outras palavras, queremos ser a ponte entre a voz do campo e as soluções sustentáveis", afirmou Sheila Albuquerque, Diretora-Presidente do Instituto AgroGalaxy e Vice-Presidente de Negócios do AgroGalaxy.

Para Tarcila Ursini, que assumiu a presidência do Conselho de Administração, o Instituto AgroGalaxy materializa o sonho de um grupo que acredita no agronegócio sustentável e inclusivo, além de ampliar o papel social de uma empresa ao estimular a ciência, a inovação e disponibilizá-las à sociedade. "Nosso principal foco será na constante identificação de inovações, além de viabilizar suas implementações no campo para criar uma rede de conhecimento. Para isso, elaboramos desafios para testar as melhores soluções para o produtor rural", complementou a executiva. O Instituto reforça, ainda, o compromisso do AgroGalaxy com o equilíbrio de gênero na alta liderança, posição que lhe conferiu em 2021 o selo Women on Board. "Assumimos como premissa dar o exemplo às outras organizações, fortalecendo o papel das mulheres na liderança do Instituto. Assim, três mulheres fazem parte do Conselho de Administração, uma mulher no Conselho Fiscal e três mulheres da Diretoria Executiva, somando uma representação no



Professor Erich Reis Duarte - Gerente do Departamento Técnico da AgroGalaxy - Tech A.

board de 54%. Isso é uma raridade não só no agronegócio, mas no mercado como um todo", destacou Mônica Alcântara, Vice-Presidente do Instituto e Head ESG do AgroGalaxy. Além disso, todos os conselheiros e diretores são voluntários, atuando pelo propósito de contribuir para que o agro avance na agenda do Desenvolvimento Sustentável. A estruturação do Instituto AgroGalaxy foi dividida em quatro fases. Na primeira, a de Planejamento, foram levantadas temáticas ESG no agronegócio e definidos o propósito, modelo de negócio, governança e público-alvo. Já a fase dois se concentra no lançamento oficial, contemplando o site, engajamento dos ecossistemas de inovação e levantamento de dores e necessidades dos produtores rurais. Na terceira fase, a plataforma de desafio será lançada, para conhecer e selecionar as melhores soluções e inovações que estão sendo desenvolvidas por startups e pesquisadores de todo o país. Por fim, na quarta fase, as soluções escolhidas serão testadas no campo, com o acompanhamento da equipe do Instituto AgroGalaxy, para entender o impacto real. **AR**

AGROGALAXY

- # Comercialização de insumos agrícolas, produção e beneficiamento de sementes, originação, armazenamento e comercialização de grãos, prestação de serviços financeiros e agrícolas
- # Trabalha com marcas de mais de 30 anos de atuação no mercado
- # Companhia listada no Novo Mercado
- # Integrado pelas marcas Rural Brasil, Sementes Campeã, Agro100, AgroFerrari, Sementes Boa Nova, Grão de Ouro, Boa Vista e Ferrari Zagatto
- # Serve perto de 10 milhões de hectares de área plantada
- # Conta com 126 lojas, em nove estados, atendendo mais de 22 mil clientes

Aliare mostra softwares de gestão!

Foi a primeira vez que a empresa participou da feira após a fusão de Grupo Siagri, Datacoper e BTG, em setembro do ano passado



Adriano Stradiotto, Diretor Comercial da Regional Sul da Aliare: soluções inovadoras.

O Show Rural Coopavel tem focado nas tecnologias que aumentam a produtividade do campo e o espaço Show Rural Digital foi uma prova disto, com a presença de algumas das mais inovadoras empresas do segmento, como a Aliare, especialista no desenvolvimento de softwares para gestão de agronegócio. Resultado da fusão entre o Grupo Siagri e a Datacoper, a Aliare mostrou ao público e aos investidores os seus principais produtos, entre eles: os ERPs de gestão Agrimanager e Agribusiness, e o CRM Clover. Sem falar na presença das startups AgriQ e MyFarm, que fazem parte do Conexa, o hub de inovação da Aliare.

O Agrimanager é voltado para produtores rurais, algodoceiras e

sementeiras que desejam evoluir na gestão, enquanto o Agribusiness é destinado a distribuidores de insumos, às lojas agropecuárias, agroindústrias e armazéns. O Clover é uma ferramenta de CRM que monitora o relacionamento com os clientes, equipe de campo e vendas, entre outras funções. “Estamos felizes em retornar aos eventos presenciais. Assim, levamos ao público soluções inovadoras, que impulsionam o agro no caminho da transformação digital. Tudo amparado por sessenta anos de experiência com softwares das duas empresas que se juntaram”, avaliou Adriano Stradiotto, Diretor Comercial da Regional Sul da Aliare. Esta foi a primeira vez que a empresa participa da feira após a fusão, que ocorreu em setembro de 2021.

ALIARE

- # União do Grupo Siagri, da Datacoper e do BTG
- # Carlos Antônio Barbosa: CEO
- # Cezar Bernardon: Conselho de Sócios
- # 700 colaboradores
- # Quase mil clientes no Brasil
- # 2,5 milhões de hectares monitorados
- # 52 mil usuários
- # 4 mil estabelecimentos

Com unidades em Goiânia (GO), Rio Verde (GO) e Cascavel (PR), a Aliare está presente em cerca de 30% das distribuidoras agrícolas das principais bandeiras do país e sua tecnologia é utilizada por 41% das grandes cooperativas do setor. Já entre produtores rurais de grãos e algodão, a Aliare alcança a marca de 2,5 milhões de hectares gerenciados por seus softwares. “Foi uma semana bem intensa. Com demonstração de produtos, contato com clientes, produtores rurais, várias negociações, experiências e o ‘olho no olho’ de que a gente estava com bastante saudade. Vão sair muitas muitas oportunidades bacanas daqui, para impulsionar o agronegócio e levar valor aos parceiros”, comentou Adriano. **AR**

BASF leva ofertas conectadas

‘Jornada Basf’ leva comunicação, tecnologia e conhecimento ao produtor



Cássio Kirchner - Diretor de Negócios da BASF para a Região Sul e parte de SP e MS.

O clima é desafiador e o agricultor deve buscar soluções para um manejo que contribua para tornar as lavouras mais fortes e produtivas. Como parceira dos agricultores em todas as fases da lavoura, a BASF apresentou uma oferta conectada de sementes, proteção de cultivos e ferramentas digitais durante o 34º Show Rural Coopavel. Resultado do investimento de mais de 900 milhões de euros por ano em Pesquisa e Desenvolvimento para a agricultura, num processo contínuo de melhoramento genético e adaptação às principais regiões produtoras de soja. A empresa conta com duas marcas de sementes de soja para melhor atender ao agricultor e ao mercado sementeiro. E os destaques para esta edição de Cascavel foram as variedades Credenz® RESULT I2X e 15B70 IPRO. Além dos destaques da marca Soytech® : 580 I2X e 591 I2X.

De olho no manejo fitossanitário da safra de soja 2022 | 2023, os especialistas da empresa recomendaram um

planejamento das aplicações para controlar de forma antecipada as doenças, minimizando as perdas em produtividade. “É importante realizar o manejo, especialmente na fase inicial do cultivo, usando o fungicida de amplo espectro Aumenax® . Na sequência, uma segunda aplicação com o fungicida Blavity®, altamente eficiente no controle do complexo de doenças da soja, especialmente ferrugem e mancha-alvo. Além das pulverizações, o agricultor não pode deixar de fazer o monitoramento constante da lavoura”, explicou Vitor Bernardes, gerente Sênior de Marketing Portfólio Soja da Divisão de Soluções para Agricultura da BASF.

Ainda durante a feira, o público pôde conhecer as ofertas conectadas do xarvio® Digital Farming Solutions, marca global de agricultura digital da BASF. Entre as soluções que xarvio® oferece na plataforma digital FIELD MANAGER, uma das mais conhecidas é o Mapeamento Digital de Plantas Daninhas, feito com auxílio de drone, que pode ser usado na pré e pós emergência da soja e algodão, para aplicação localizada de herbicidas. Além disso, a plataforma também oferece informações que permitem a geração de mapas em taxa variável para utilização em diferentes momentos das lavouras. “São serviços que facilitam e otimizam o trabalho do agricultor, aumentando a rentabilidade por talhão e apoiando ainda mais nas práticas sustentáveis e adaptadas à realidade do Brasil”, comentou Lucas Marcolin, gerente de Comercialização Digital Farming da BASF.

A empresa também apresentou a Fazenda Basf, hub de conteúdo para o agronegócio. “A Fazenda é uma

plataforma virtual com todo o conteúdo que a Basf controla. Está tudo lá. Fazemos reuniões virtuais com agricultores de todo o país, de grande valor para o Agro. O produtor entra na hora que quiser ou no momento oportuno. Sempre atrás de assuntos que sejam do interesse dele”, apontou Cássio Kirchner, Diretor de Negócios da Basf para a Região Sul e parte de São Paulo e Mato Grosso do Sul. E viver a jornada de vida e trabalho do homem que produz no campo foi o grande mote do espaço Basf no Parque de Exposições da Coopavel. “É reforçar todos os valores rurais importantes. Sinceridade, honestidade, família, trabalho, tecnologia. E deixar um Legado da Basf. Internalizar na corporação todos os desejos do agricultor. Construir junto com ele, deixar uma herança para sua família. Levando tecnologia para ajudar na experiência do produtor rural. Aí, ele vai conseguir perpetuar ainda mais a terra na família dele. Juntos, criaremos um legado para a prosperidade, usando a inteligência e a tecnologia do homem do campo. E para ajudar neste processo, a Basf enaltece a importância das pessoas. Mantendo um time preparado, funcional, desenvolvido para falar com o agricultor e conectado às novas tecnologias. Trazendo desenvolvimento e transferindo tecnologias para a ponta. Comunicação, tecnologia e conhecimento”, concluiu Cássio Kirchner.

O Grupo BASF conta com aproximadamente 110 mil colaboradores em todo o mundo e um portfólio organizado em seis segmentos: Químicos, Materiais, Soluções Industriais, Tecnologias de Superfície, Nutrição e Care e Soluções para Agricultura.



Só deu Bradesco e Coopavel no Show Rural!

A volta das grandes feiras consolida o banco como maior agente privado do crédito agrícola brasileiro



Roberto França (Bradesco Agronegócios), Dilvo Grolli (Presidente da Coopavel) e Carlão (Grupo Publique).

Mais de quarenta profissionais, em espaço próprio e especial, localizado na entrada principal do Parque de Exposições do Show Rural Coopavel. E também em todos os estandes, rodando em todas as direções, orientando o produtor rural, levando propostas para aprovar o crédito e fazendo o que deve ser feito: financiar o Agro do Brasil, as fazendas, as máquinas, capitalizando os equipamentos para aumentar a produtividade do Campo. Na verdade, só deu Bradesco para onde você olhou no Show Rural. Seja estande, restaurante oficial, administração da Coopavel, ruas, passarelas, entradas e saídas. “A Feira retomou total. O produtor rural queria voltar às exposições agrícolas, ver os maquinários, o mundo dos insumos do agronegócio. O Dilvo Grolli está aqui e confirma isso, apoiando todo o segmento. Temos uma história consolidada no Show Rural. Uma carteira que passou de R\$ 40 bilhões, no país inteiro, financiando o agricultor

e a cadeia com plataformas digitais, aumentando a oferta de crédito, outras soluções e apoio ao plantio, à colheita e comercialização. Acreditamos no setor. Por isso mesmo é um sucesso”, comemorou Roberto França, Diretor de Agronegócio do Bradesco.

A emoção dos cinco dias de evento também envolveu o Presidente da Coopavel, Dilvo Grolli, que enalteceu as dificuldades de enfrentar um ano inteiro sem uma edição da feira e organizar

um Show Rural com todos os cuidados para manter a saúde do público, dos parceiros, dos investidores, funcionários e terceirizados. “Deus existe. E tive mais uma comprovação quando fui à missa que comemorou os 51 anos de atividades da Coopavel. O Show teve uma edição histórica, depois de um 2021 sem o evento. Mais de 550 empresas participantes. E com o Bradesco, que completa mais de trinta anos no evento, financiando e levando oportunidades aos produtores rurais, ligando a cadeia de insumos. Importância do setor financeiro na cadeia. Todos precisam entender que sem o crédito não há transferência de tecnologias. E ainda, com ele, conseguimos antecipar a produção. Levamos tecnologias às propriedades e aumentamos a produtividade. O Bradesco nasceu com o agronegócio. Todos os fundadores dessa instituição nasceram no Agro e viveram com ele. E os sucessores deles também. O Bradesco não é só o segundo maior banco do agro brasileiro. Ele faz a ponte do produtor com a cadeia, que viabiliza, possibilita



Time Bradesco em Cascavel (PR).

o negócio. O Bradesco está na feira e é parceiro efetivo da Coopavel. E o nosso país inteiro precisa ter consciência de que o produtor é aquele que leva café da manhã, almoço e janta para todos os brasileiros. Todos os dias da semana”, declarou Grolli.

Em um encontro histórico efetivado no estande do Bradesco, participaram Roberto França; Dilvo Grolli; Itamar Borges, Secretário de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo; Francisco Matturro, Secretário-Executivo da Secretaria Paulista e Presidente do Agrishow; e Pedro Estevão Bastos de Oliveira, Presidente da Câmara de Máquinas Agrícolas da Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (ABIMAQ) e Diretor de Relações Institucionais da empresa



Estande do Bradesco.

Jacto. “Estar no Show Rural é como voltar para casa. Estive na primeira edição do evento. É uma escola a céu aberto. E estar ao lado do Bradesco é imprescindível para avançarmos sem parar. Em soja e milho, principalmente”, ressaltou Francisco Matturro. Outro líder da ‘locomotiva agroindustrial do país’ que fez questão de prestigiar o Show foi Itamar Borges: “O Dilvo é um grande

líder. Parabéns a ele, aos cooperados pela integração que o Show Rural promove com o Estado de São Paulo e os vários estados brasileiros. Além, logicamente, de grandes parceiros, como o Bradesco e a ABIMAQ. Trabalhamos pela produção e sustentabilidade do Agronegócio brasileiro, e que estamos conseguindo levar a todos os cantos do mundo”, declarou. **AR**

“Trouxemos a Cascavel, aos empreendedores rurais, a mensagem do nosso presidente, o Octávio de Lazari Júnior, de que temos uma obrigação com o agronegócio e sabemos disso. Reiteramos nosso compromisso de continuar investindo no segmento”.

Roberto França

“Crescemos porque gente de garra acreditou no nosso projeto, quando era um simples Dia de Campo. Nada é construído com apenas duas mãos. Temos as mãos do Francisco Matturro, do Itamar Borges, porque São Paulo e Paraná são irmãos nessa empreitada”.

“Realizamos o agro com pessoas corajosas, maravilhosas. Que nos ensinam tanto. Como o Roberto França, que está aqui, contribuindo com a gente, principalmente nos momentos mais difíceis para o setor, como em 2020 e 2021”.

Dilvo Grolli

“Altos e baixos existem na vida de qualquer um. O importante é fazer como os produtores. Que têm coragem, buscam tecnologia, ciência e produtividade”.

Francisco Matturro

“Temos um relacionamento com o agricultor que é de longo prazo. O Show Rural é um lugar de fazer negócios, encontrar com os amigos. Um momento muitas vezes delicado, complicado. Outras vezes uma ocasião de resultados soberbos. Mas sempre, sempre, dias muito agradáveis e compensadores”.

Pedro Estevão Bastos de Oliveira

Tortuga | DSM é marca Coopavel, Carne e Leite!

O estande ainda serviu como palco para entrevistas com profissionais de Pecuária para o programa Noticiário Tortuga, da DSM, que vai ao ar no Canal do Boi



Estande da DSM no Show Rural Coopavel.

A Tortuga, marca de suplementos minerais da empresa DSM, dá sorte para o Grupo Publique. É por isso que o Carlão da Publique e a Equipe de Trabalho da Plataforma AgroRevenda sempre dão o pontapé inicial da cobertura do Show Rural Coopavel passando pelo estande da marca mais tradicional da Pecuária brasileira. No Show Rural 2022, o Fala Carlão foi recebido pelo Paulo Warken, Representante Regional de Vendas da DSM, profissional com quase quarenta anos de atuação em nome da Tortuga. Paulo é catarinense de Chapecó, formado Técnico em Agropecuária, fez Administração de Agronegócios e especialização em Nutrição de Bovinos. “Temos uma forte e profunda parceria com a Coopavel, principalmente na área de produção de gado de corte e leite.

O Oeste do Paraná hoje é a terceira maior bacia leiteira do Estado, sem falar na força e no crescimento do gado de corte confinado, com várias cooperativas atuando com animais cruzados, precoces, usando sangue de raças europeias para sacramentar no varejo marcas de carne premium, com forte valor agregado. Fazendo história no segmento, mesmo”, contextualizou Paulo.

O programa Fala Carlão também estreou em Cascavel em 2020, a última vez, falando do estande da DSM. Neste ano, o espaço ainda serviu como palco para a marcação de diversas entrevistas com profissionais de Pecuária para o programa Noticiário Tortuga, da DSM, que vai ao ar diariamente, de segunda a sexta-feira, no Canal do Boi. Conversas

abordando casos interessantes e vitoriosos do mercado de ruminantes, as vantagens tecnológicas das fazendas que utilizam os minerais da Tortuga e as informações que envolvem a economia nacional e internacional da Pecuária de Corte e Leite, Equinos e pequenos ruminantes. “Neste ano, tivemos um público focado, gente que deseja evoluir no Agro. Aqui, se a pecuária não fosse eficiente, não teria espaço. A Tortuga é uma marca forte de suplementos minerais no Brasil. E, talvez, até do mundo. Sempre oferecendo Qualidade e Inovação. E com a entrada da DSM, o portfólio foi robustecido com tecnologias de fora e a marca acabou ficando maior do que era antes”, emendou Paulo Warken. **AR**



Linha Fosbovi, da marca Tortuga.

Corteva Agriscience faz lançamentos

Marca Pioneer® completa 50 anos no Brasil, com liderança no milho verão e safrinha desde 2017



Pioneer, marca mundial da Corteva.

A Corteva Agriscience marcou presença no Show Rural Coopavel com diversas soluções para aumentar a produtividade e rentabilidade do agricultor. Um importante lançamento foi o Sistema Enlist®, uma das mais aguardadas tecnologias do agronegócio que chega para revolucionar o setor com uma nova opção de biotecnologia para sementes de soja, que une genética de alta performance ao melhor manejo de plantas daninhas e lagartas. Formado pelos pilares de Sementes &

Biotecnologia, Herbicidas e Genética de Alta Performance, e sustentado pelo pilar de Boas Práticas Agrícolas, o Sistema Enlist® promove experiência completa e possui como principais benefícios diversidade, conveniência, flexibilidade e maior controle na aplicação, por isso é considerado a escolha mais simples para a produtividade evoluir.

Outro importante destaque foi a marca Pioneer®, que completa 50 anos no Brasil em 2022 como uma

SEMENTES

- # Pioneer®
- # Brevant® Sementes
- # Cordius®
- # PowerCore® Ultra

PROTEÇÃO DE CULTIVOS

- # Viovan®
- # Approach Power®
- # Paxeo®
- # Expedition®
- # Lumialza™
- # Omsugo P
- # InLayon®

PASTAGEM

- # Plataforma-S
- # Tecnologia Ultra-S: Aminopiralde e 2,4+D
- # Tecnologia XT-S: Aminopiralde, Picloram e Fluroxipir

grande parceira dos agricultores, além de ser líder pelo 15º ano consecutivo no mercado de sementes de milho verão e safrinha no País. A marca inova mais uma vez e apresenta a tecnologia Optimum AQUAmax™, inédita no Brasil e com maior tolerância ao estresse hídrico,

colaborando para a evolução deste mercado. Um processo de pesquisa conduzido ao longo dos últimos 10 anos no Brasil e mais de 40 anos no mundo. No estande da Corteva, a Pioneer contou com um Rancho, local exclusivo na área plantada com cultivares e híbridos.

A Brevant® Sementes também esteve no evento e levou os participantes para um tour guiado em sua área plantada. No tour 'Por Dentro da Inovação', os visitantes acompanharam a explicação dos representantes sobre os híbridos e cultivares da marca, e tiveram acesso a uma página online exclusiva com conteúdos complementares para enriquecer o momento. A marca apresentou, em primeira mão, as cultivares com a biotecnologia Enlist E3® e Conkesta E3®, desenvolvidas sob medida para o agricultor brasileiro, com genética de alta performance, alto potencial produtivo e sanidade.

Na área de proteção de cultivos, os produtores puderam conhecer diversas novidades que possuem a inovação presente no DNA da Corteva e foram desenvolvidas após muitos anos de pesquisa, com foco em auxiliar o dia a dia do agricultor e maximizar a produtividade, como os fungicidas Viovan® e Aproach Power®, o herbicida Paxeo®, o inseticida Expedition®, e os lançamentos do portfólio de biológicos, como Omsugo P, Inlayon® e Lumialza™, que representam a entrada da Corteva nesse novo segmento e irão complementar o portfólio da empresa para os mercados de soja, milho e algodão.

“O Show Rural é o primeiro grande evento do ano para falarmos diretamente com quem faz o agronegócio no país. Por isso trazemos nossa marca, que é reconhecida, e um pipeline de tecnologia bem posicionado para impulsionar o crescimento, maximizar

PILARES DAS BOAS PRÁTICAS AGRÍCOLAS

- # Manejo de plantas daninhas
- # Manejo integrado de pragas
- # Manejo de doenças
- # Tecnologia da aplicação
- # Segurança do trabalhador

AGRICULTURA DIGITAL

- # Granular

a produtividade dos agricultores e interagir com todo o sistema alimentar, cumprindo com nossa promessa de enriquecer a vida daqueles que produzem e daqueles que consomem”, afirmou Lucas Melo, Gerente Regional de Vendas da Corteva. **AR**



Uma das entradas do Espaço Corteva.

FMC apresenta novidades

Campanha 'FMC TEM' realizou interações digitais para destacar soluções sustentáveis e de alta performance produtiva, do plantio à colheita



Estande da FMC em Cascavel.

A FMC participou do Show Rural com espaços de interação digital no estande e áreas de campo que mostraram a capacidade de pesquisa, desenvolvimento e inovação que a empresa tem para ajudar o agricultor a cuidar de suas lavouras de soja e milho com soluções de proteção de cultivo sustentáveis. “A FMC mostrou que supre as necessidades do agricultor durante a jornada dele, do plantio até a colheita. Sabemos do que o agricultor necessita e a FMC estará lá para dar essas respostas”, afirmou Débora Prado, Gerente de Cultura para Soja e Milho da FMC. Entre as novidades, brilharam as ações interativas digitais ‘Chute a Gol com a FMC’ e ‘Raio X FMC’, experiências que comunicavam de maneira simples os pilares da empresa e suas inovações. O ‘Chute a Gol’ simulou uma cobrança de pênalti durante um jogo de futebol. Ao acertar o alvo, o participante descobria informações e orientações para o manejo das lavouras. “Já no ambiente Raio X, o visitante acompanhou uma

trilha virtual com informações sobre o uso de soluções e seus benefícios em cada situação de pragas, doenças e plantas daninhas na lavoura. E ainda conheceu a plataforma ARC, um projeto pioneiro e inovador da FMC, que usa dados de sensores e inteligência artificial para prever a chegada de pragas nas plantações com uma semana de antecedência”,

explicou Evelin Barboza, Gerente de Comunicações da FMC.

No campo experimental, a empresa mostrou suas principais soluções do portfólio de inseticidas, herbicidas, biológicos e fungicidas. Pioneira no mercado de biológicos no Brasil, a companhia acredita no manejo integrado, onde os produtos biológicos

FMC

- # Empresa global
FMC Corporation
- # Soluções químicas e biológicas para proteção e nutrição de cultivos
- # 6.400 colaboradores
- # Mais de 100 unidades ao redor do mundo



Lançamento do 'FMC Juntos'.


são fundamentais na estratégia de crescimento sustentável das lavouras. Por isso, no espaço da área experimental, o agricultor conheceu todos os detalhes dos manejos e programas desenvolvidos pela FMC. Por exemplo: algumas regiões de Cascavel possuem problemas com nematóides e, assim, o Comando Nematóide contou com um especialista no assunto, que demonstrou as diferentes espécies em microscopia e sintomatologia nas plantas. “E ainda apresentamos nosso programa de relacionamento JUNTOS produtor, com o qual o lavrador pode contar durante toda a safra 21/22. A seca na região Oeste do Paraná tem sido a maior preocupação dos produtores na safra de soja e futura safrinha de milho. Continuaremos ao lado deles, levando as melhores soluções de proteção para cuidar de suas lavouras de soja e milho”, ressaltou Vinícius Batista, Gerente de Go to Market da FMC. O estande também contou com especialistas convidados que tiraram

dúvidas dos agricultores sobre a cigarrinha do milho, pragas em geral, clima e manejo de ervas daninhas. Outros dois temas vitais provocados em palestras pela corporação em Cascavel, em parceria com a Coopavel, foram questões climáticas para a safrinha, perspectivas e impactos na produção de grãos. “Queremos estar ao lado do lavrador para ele vencer os desafios do clima, principalmente na safrinha”, salientou Sérgio Catalano, Gerente de Portfólio da FMC. Além de ‘Orgulhosamente Produtora’, uma palestra sobre a Força da Mulher no Agronegócio.

“Desde 2020, nossa missão vem sendo trazer coisas novas, colocar a FMC em pauta, mostrar como ela é importante para o agronegócio e os agricultores. Em dois anos, foram inúmeras novidades. E, agora, permanecemos levando novas tecnologias, com uma plataforma que engloba temas modernos para a sociedade, como a sustentabilidade e participação de



Sergio Catalano, Gerente de Portfólio da FMC.

mulheres nos times e no corpo diretivo da FMC. Estamos dando passos largos nesse sentido. Em Uberaba (MG), investimos no programa ‘Elas na indústria’, capacitando as mulheres que têm interesse em entrar no ambiente fabril. Isso é diversidade, gera sustentabilidade”, arrematou Daniela Tavares, Diretora de Marketing da FMC. 



Carlião da Publique com Daniela Tavares, Diretora de Marketing da FMC.

FMC TEM

- # Talisman®: manejo de soja e milho
- # Hero®: controle da praga por caminhamento e contato
- # Stone®: controle das plantas daninhas na soja
- # Aurora®: herbicida pós-emergente de contato
- # Premio®: combate à Spodoptera na soja e milho Bt
- # Presence®: bionemática usada no tratamento de sementes

IHARA propõe jornada de inovações

Empresa lançou inseticida Hayate e o herbicida Sonda



Estande da IHARA.

Uma experiência tecnológica no 'Castelo Samurai IHARA', reforçando toda qualidade e tradição japonesas aos visitantes, de forma diferenciada e



Estande Samurai da IHARA.

encantadora. Esta foi a proposta da IHARA, empresa de pesquisa e desenvolvimento especializada em defensivos agrícolas, na participação durante o Show Rural 2022. "É um design inovador para o mundo agro. Que transmite a imagem que desejamos reforçar da empresa. Uma corporação que se preocupa com Cultura, Tradição e muita Tecnologia Inovadora para atender mais de cem tipos de cultivos, com mais de sessenta produtos", reforçou Gabriel Saul, Gerente de Comunicação da IHARA. Além de circuito interativo, os visitantes acompanharam a transmissão ao vivo do 'HORA H IHARA', um debate sobre inovação mediado pela jornalista Kellen Severo

e que apresentou o portfólio para soja e milho. A empresa destacou o Hayate, inseticida com uma nova tecnologia no Brasil para o combate das principais lagartas de difícil



Com Gabriel Saul - Gerente de Comunicação da IHARA.



Carlão com Marcos Gaio, Diretor Geral de Operações da IHARA.

controle, que causam grandes prejuízos à produtividade nos cultivos dos dois grãos, protegendo a lavoura por mais tempo e agindo na paralisação imediata da alimentação dessas pragas.

Já para o milho, a empresa mostrou o Sonda, um novo herbicida seletivo com ação sistêmica, que age com alta eficiência no controle das principais plantas daninhas no milharal, como o amendoim-bravo, corda-de-violão, picão-preto e trapoeraba. Por conta da tecnologia inovadora, o Sonda pode ser aplicado em doses menores e possui um maior espectro de

controle em relação aos herbicidas disponíveis no mercado. Além disso, apresenta melhor efeito residual e menor lixiviação, o que garante ótimos resultados no combate de folhas largas e total seletividade à cultura do milho. “Estamos com muito apetite para crescer, lançar novos produtos e obter mais registros. É um momento especial para a empresa. Queremos aproveitar para avançar estando muito próximo ao agricultor, coladinho nele”, explicou Marcos Gaio, Diretor Geral de Operações da IHARA.

Para o Gerente de Marketing Regional, Bruno Lucas, oferecer produtos que deem todo suporte para os agricultores, contribuindo para o progresso e competitividade da agricultura brasileira, é a principal missão da empresa. “Trabalhamos com a melhor tecnologia, levando inovação ao produtor. Por isso apresentamos soluções acessíveis e que, de fato, resolvam as problemáticas do campo, erradicando ao máximo pragas, doenças e plantas daninhas resistentes. É isso que mostramos na Coopavel”, garantiu.

Além desses lançamentos, os visitantes também conheceram de perto outros destaques do portfólio da empresa:



Eduardo Gobbo, Diretor de Marketing da IHARA.

ZEUS

Tem como foco principal o manejo de percevejos. Possui um controle mais efetivo e mais rápido. É uma tecnologia inédita no Brasil, com efeito de choque e residual únicos, e pode ser aplicada em diversas culturas.

KYOJIN

Tem como foco o controle pré-emergente de plantas daninhas. Além de ter um manejo mais eficiente da matocompetição na soja, possui um leque mais amplo, gerando mais rentabilidade e uma lavoura mais limpa por maior tempo.

FUSÃO

Fungicida para quem busca aliar excelentes resultados, seu grande diferencial está no manejo da ferrugem e outras doenças da soja.

ABSOLUTO FIX

Fungicida protetor que apresenta formulação diferenciada e garante mais adesividade à folha da soja, protegendo contra infestação por fungos. A solução também é um melhor protetor contra ferrugem, garantindo mais segurança em períodos chuvosos.



Bruno Lucas - Gerente de Marketing Regional Sul da IHARA (Direita)



José Gonçalves do Amaral (Conselho da IHARA), Carlão da Publique e Marcos Gaio (Diretor Geral de Operações da IHARA).

IHARA EXPERIENCE - Outro diferencial que a IHARA apresentou no retorno às feiras presenciais foi o IHARA EXPERIENCE, um circuito criado especialmente para que o público tivesse a oportunidade de obter mais informações sobre a cultura, manejo mais adequado e os benefícios do portfólio de soluções inovadoras da empresa. Ao entrar no estande, o visitante foi recebido pela equipe comercial e imerso em uma experiência tecnológica que reforçou toda nossa qualidade e tradição japonesa. No circuito, teve acesso ao Raio X interativo, uma ferramenta inovadora em que uma tela corre sobre trilhos apresentando a empresa, estágio fenológico da soja, principais alvos e as soluções inovadoras da IHARA.

Seguindo o trajeto, havia um espaço com o "Oráculo do Especialistas", com pesquisadores renomados em fitopatologia, herbologia e entomologia apresentando as implicações dos principais alvos dessas culturas e recomendações do manejo mais adequado. Outra atração do circuito foi a mesa interativa, que continha, para cada produto, uma breve explicação técnica dos benefícios e resultados dessas tecnologias. Após

conhecer mais sobre a IHARA e suas soluções, os visitantes eram guiados até o campo demonstrativo para ver, na prática, os benefícios e resultados dos produtos apresentados.

HORA H IHARA - A ação foi transmitida ao vivo e em tempo real, no quarto dia de Show Rural, no segundo andar do estande, comandada pela jornalista Kellen Severo. O Coordenador Geral do Show Rural Coopavel, Rogério Rizzardi, falou sobre o movimento do mercado e as iniciativas de inovação apresentadas pela IHARA nos últimos

anos. Depois, foi a vez do talk show 'O que vem por aí no Agro 2022', com clientes convidados pela IHARA, e perguntas e respostas com interação do público presente. Por último, o 'Giro no Campo', quando a jornalista e um grupo de clientes conheceram os benefícios das tecnologias da empresa na área experimental da IHARA. "A principal lição que aprendemos em toda essa jornada no Agro do Brasil é que nossa empresa precisa estar no Campo, cuidando muito bem do lavrador", emendou Eduardo Fadel Gobbo, Diretor de Marketing e Acesso ao Mercado da IHARA. **AR**

IHARA

56 anos de atuação

Oferece fungicidas, herbicidas e inseticidas

Portfólio com mais de 60 produtos protegendo mais de 100 tipos de cultivos



Espaço IHARA.

Preservar culturas

impulsa

é o nosso papel

Os origamis fazem parte da cultura milenar japonesa.

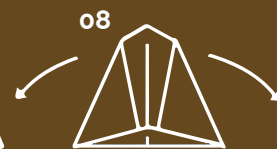
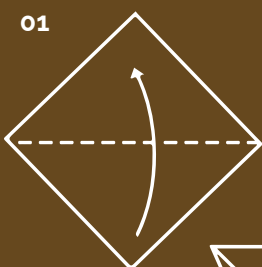
Eles são minuciosamente pensados e projetados. E é justamente assim que as soluções da IHARA também tomam forma. A gente se desdobra para desenvolver tecnologias que montam um cenário de produtividade em sua lavoura.

ihara.com.br

   [iharadefensivosagricolas](#)

IHARA
Agricultura
é a nossa vida

ORIGAMI CHAPÉU DE CAÇADOR CHASER EW | PASSO A PASSO



CHEGOU CHASER.

A TEMPORADA DE CAÇA COMEÇOU.

O lançamento da IHARA que vai exterminar pragas e doença do algodão.



BICUDO DO ALGODOEIRO



ÁCARO RAJADO



RAMULARIA



PULGÃO DO ALGODOEIRO

para recorte). Comece dobrando ao meio

simetricamente e na diagonal, formando um triângulo;

2. Com o triângulo com a base na parte inferior, dobre ao meio

de forma horizontal a metade da ponta esquerda e desdobre novamente (deixe marcada a linha da dobradura feita);

3. Na mesma ponta, dobre um triângulo de um lado (encontrando a marcação na direita) e dobre da mesma forma na outra ponta (ou seja: dobre um triângulo de cada lado, sobrando na parte superior um triângulo isósceles);

4. Nesse triângulo formado na parte superior, puxe uma das pontas para baixo de um lado e do outro;

5. Com esse "corpo" formado, vire o de "cabeça para baixo";

6. Coloque os dedos dentro e separe as camadas do lado esquerdo e direito, alise e recue o topo;

7. Dobre as marcações da frente e de trás para cima;

8. Retire as marcações abrindo os lados para fora;

9. Ajeite a parte superior e demais detalhes para que se assemelhe ao chapéu. Pronto!



Único com ação inseticida e fungicida



Tecnologia inédita no Brasil



Paralisação imediata da alimentação das pragas

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

Chaser EW

IHARA

Agricultura é a nossa vida

Syngenta lança cinco tecnologias

Empresa utilizou um formato disruptivo no estande para maior interação com o público



Fachada da entrada principal do estande da Syngenta.

A Syngenta Proteção de Cultivos lançou em Cascavel cinco novas tecnologias para combate a insetos, fungos e revitalização das culturas. São os fungicidas Alade e Mitrion, os inseticidas Instivo e Influx, e o herbicida Eddus, ferramentas inovadoras e de alta performance, compostas por ativos dos mais potentes do mercado. Tudo isso em formulações modernas, que potencializam a fixação e a absorção dos produtos na planta e no solo, resultando em ação imediata. "São soluções tecnológicas para o agricultor brasileiro alcançar maior produtividade e o controle efetivo de diversos tipos de pragas", reforçou Darlan Simon, Líder de Marketing de Campo Oeste e Sudoeste do Paraná. A empresa apresentou o conjunto de produtos em um espaço privilegiado do Parque de Exposição de Cascavel,

com áreas de recepção aos visitantes, módulos para realização de minicursos e palestras, anfiteatro com telões gigantes para exposição de técnicas de manejo da soja e

estandes sobre as marcas Valagro, Syngenta Digital, Acesa Agro e The Seedcare Institute. O módulo foi batizado de 'Syngenta e Você, Inovando e Conectando o Agro'.

A corporação vive um momento único em 2022 e anunciou no início deste ano uma nova liderança de sua plataforma de distribuição (Atua Agro e Dipagro), assegurando o alinhamento desta iniciativa com o modelo de acesso atual, baseado na reciprocidade da rede de distribuidores e cooperativas. À frente da gestão dessa plataforma estratégica vai estar André Savino, atual Head de Marketing Brasil, como Diretor Geral dessa estrutura, reportando-se a Juan Pablo Llobet, diretor para Proteção de Cultivos LATAM. Com a mudança, a Syngenta tem André Pozza como novo Head de Marketing Brasil, a partir de



André Savino - Novo Diretor da Plataforma Comercial da Syngenta.



Carlão ao lado de Bárbara Mendes Lobo, Gerente Nacional de Experiência do Cliente da Syngenta.

março, também sob a liderança de Juan Pablo Llobet.

A Syngenta Proteção de Cultivos é parte do Syngenta Group, uma das empresas líderes mundiais no segmento agrícola. E tem a ambição de ajudar a alimentar o mundo com segurança, cuidando do planeta. O objetivo é melhorar a sustentabilidade, qualidade e segurança da agricultura com ciência de classe mundial e soluções de cultivo inovadoras. Com



Murilo Gonçalves, Coordenador Regional Sul da Syngenta Digital.

tecnologias que permitem a milhões de agricultores em todo o mundo fazer o melhor uso dos limitados recursos agrícolas. Durante o Show Rural Coopavel, o Grupo Publique selou um acordo com a Syngenta para a 'Cobertura das Feiras Agropecuárias 2022', começando por Cascavel e Não me Toque (RS). A ação teve o aval do Carlão da Publique, CEO do Grupo de Comunicação do Agronegócio brasileiro mais tradicional do setor no país, e Bárbara Lobo, Gerente Nacional de Customer Experience da Syngenta.

“O nosso retorno presencial às grandes feiras priorizou um formato disruptivo, tanto em relação ao estande quanto à interação com o público. Deste modo, visamos fortalecer ainda mais as conexões com o setor e as essenciais parcerias com os produtores. Tivemos uma excelente oportunidade para ouvir a perspectiva de quem entende a fundo o agronegócio, conhecer os novos produtos e obter mais conhecimento, agregando valor ao trabalho nas lavouras. Além disso, propiciam interações que permitiram aos produtores adquirir pontos e ter acesso a benefícios exclusivos em nosso programa de pontos “Acessa Agro”, completou André Savino, Diretor Geral de Marketing da Syngenta Proteção de Cultivos.

Soluções digitais

A Syngenta Digital disponibilizou aos produtores um relatório personalizado da sua fazenda, com análise em NDVI, que aponta as condições agrícolas da plantação de acordo com as imagens geradas por sensores remotos. Assim, o agricultor tem uma degustação do poder e efetividade que as transformações digitais têm sobre o campo. A companhia



Fernando Munaro, Desenvolvedor Técnico de Mercado da Syngenta.

SYNGENTA

- # Nasceu em 2000
- # Presente em mais de 90 países

SYNGENTA BRASIL

- # 3 escritórios (Brasília, Belo Horizonte e São Paulo)
- # 2 fábricas (Paulínia e Pirassununga - Valagro)
- # 4 unidades comerciais (Goiânia, Rio Verde, Ribeirão Preto e Londrina)
- # 3 unidades de beneficiamento de sementes (Formosa, Ituiutaba e Matão)
- # 6 Estações experimentais | Centros de Pesquisa e Desenvolvimento (Aracati, Porto Nacional, Lucas do Rio Verde, Uberlândia, Cascavel e Holambra - Seedcare Institute)
- # No Brasil, são quase 3 mil colaboradores

DISTRIBUIÇÃO SYNGENTA

- # 38 lojas próprias | Primeira foi lançada em 2019 (Atua Agro)
- # 200 distribuidores parceiros
- # Grandes cooperativas brasileiras

ainda demonstrou como funciona na prática sua principal plataforma digital, o Cropwise. Seus produtos permitem uma rápida gestão da operação e o monitoramento de ponta a ponta da lavoura. A tecnologia gera mapas, gráficos e análises a partir das informações de monitoramento, oferecendo insights para ações com rapidez e precisão, reduzindo riscos de perda na lavoura e de produtividade.

Parceria John Deere

O produtor pode visualizar maquinários da John Deere no estande da Syngenta, bem como conhecer as sinergias tecnológicas entre as empresas. Exemplo da Syngenta Digital, que possui soluções integradas com o Centro de Operações da John Deere, facilitando o gerenciamento e troca de informações dos equipamentos em campo. Especialistas da John Deere participaram de palestras promovidas pela Syngenta no Espaço Mais Agro. **AR**



Diego Andrade, Gerente de Desenvolvimento de Mercado da Valagro, empresa da Syngenta.



Conversa com Gustavo Alves e Rafael Guisso, pesquisadores do The Seedcare Institute.

MARCAS SYNGENTA

“A empresa sempre cuidou do portfólio oferecido aos produtores e do manejo das lavouras deles. Agora, também atuamos na oferta de várias modalidades de recursos, simplificando o financiamento e o acesso ao crédito pelas fazendas de todo o país”.

Thiago Almeida – Gerente de Crédito da Syngenta

“Levamos ao campo uma estratégia clara e produto de qualidade. O PAS é o resumo para Produto, Aplicação e Serviço. E um novo tratamento de sementes, que protege cada planta contra pragas, doenças e nematóides, garantindo um estabelecimento saudável inicial das lavouras”.

Gustavo Alves e Rafael Guisso – The Seed Care Institute

“Há 40 anos, levamos ao agricultor as biotecnologias que garantem raízes fortes, enchimento de grãos e forte crescimento de todas as plantas”.

Diego Andrade - Gerente de Desenvolvimento de Mercado da Valagro

“Colocamos na palma da mão do produtor rural as informações digitais para melhor tomada de decisão na lavoura dele”.

Murilo Gonçalves - Coordenador Regional Sul da Syngenta Digital

Soluções híbridas Sumitomo Chemical para soja e milho

Empresa destacou inúmeras tecnologias, como Maxcel, ProGibb, Aveo, Inside FS, Maestro FS, Zethamaxx, Xentari e Abaday



Estande da Sumitomo no Show Rural 2022.

A Sumitomo Chemical, uma das principais empresas químicas do mundo, ergueu um estande no Show Rural para mostrar suas principais soluções e as novidades e tendências para as safras de soja e milho. A Sumitomo Chemical tem um vasto portfólio de soluções para o campo, tanto para o segmento de químicos como de BioRacionais, produtos seletivos, sustentáveis e que têm como base componentes microbianos, extratos vegetais e também reguladores vegetais. Para a cultura da soja, foram expostos os reguladores de crescimento Maxcel e ProGibb, que atuam diretamente na fisiologia da planta com resultados expressivos na produtividade da cultura. Os visitantes também tiveram acesso ao mais novo nematocida

biológico de alta qualidade e controle, o Aveo, com uma formulação exclusiva para tratamento de semente (TS). Quando associado aos produtos Inside FS e Maestro FS, compõem o programa chamado 'SeedProtection' para a cultura da soja. "É uma feira voltada para novas tecnologias no agronegócio, e trouxe informações, conhecimento e rentabilidade para o produtor rural", justificou Anderson Cruz, representante técnico de vendas da Sumitomo Chemical. Além de conhecer as novidades da companhia, os visitantes participaram de sorteios de brindes exclusivos.

Sediada em Tóquio, no Japão, a Sumitomo Chemical foi fundada em 1913 e está presente em mais de 180 países, com cerca de 32 mil

funcionários. Na América Latina, opera com soluções para agricultura, nutrição animal e saúde ambiental. No Brasil, mantém escritório central em São Paulo (SP), um centro de pesquisas em Mogi Mirim (SP) e uma fábrica em Maracanaú (CE), além de contar com unidades de distribuição e equipe técnica altamente capacitada em todo o território nacional. "Referência no mercado de pré-emergentes, nosso herbicida Zethamaxx foi destaque nas apresentações sobre manejo de plantas daninhas. Para a cultura do milho, brilharam nossas soluções híbridas para o controle de lagartas, com os produtos Xentari e Abaday. E reforçamos a qualidade de Inside, para o tratamento de sementes, produto que é referência no controle de perceijos e cigarrinhas", detalhou Anderson Cruz. **AR**

Expodireto Cotrijal tem recorde de negócios

Setenta países foram representados no evento, que negociou R\$ 4,9 bilhões, além de outros R\$ 4,3 bilhões pelos bancos



Agro Brasil é responsável por 25% do Produto Interno Bruto (PIB) do país.

Cinco dias de negócios, tecnologia, interação e otimismo. Mesmo com a 'montanha russa' de preços, instabilidade e conflito militar. A 22ª Expodireto Cotrijal, em Não-Me-Toque, voltou depois de um ano de ausência e abriu com uma homenagem especial na entrega do Troféu Mérito

Expodireto Cotrijal 2022, no domingo à noite. E na manhã do dia seguinte, com o auditório lotado, na presença do Governador em Exercício do Rio Grande do Sul, Ranolfo Vieira Júnior; do senador Luiz Carlos Heinze (PSDB); do Presidente da Cotrijal - Cooperativa Agropecuária e Industrial, Nei César

Manica, e de deputados federais, deputados estaduais e prefeitos da região. Todos apostando no Agro Brasil, relatando as enormes perdas do Estado com a estiagem e homenageando o professor da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Telmo Amado, na Calçada da Fama do Par-

FOCO NA ÁFRICA E NA ÍNDIA

O professor sênior de agronegócio global do Insper e coordenador do Centro Insper Agro Global, Marcos Sawaya Jank, ministrou a palestra 'A inserção global do agronegócio brasileiro em tempos turbulentos'. Jank afirmou que os futuros clientes da soja brasileira são África e Índia, regiões onde haverá um aumento de população. "Deveríamos estar preocupados com o que está sendo falado com os chineses, indianos e africanos. Estes serão os grandes clientes do futuro", reforçou. O professor também ressaltou que a grande revolução que o Brasil realiza atualmente é a integração lavoura-pecuária, técnica que vai permitir o crescimento da agricultura em áreas de pasto. Por outro lado, ele apontou que a Rússia tem condições de ser o grande concorrente do país no futuro, já que possui energia barata e reservas de gás natural e petróleo, fatores essenciais para a produção de fertilizantes. Além disso, existe a possibilidade de os russos controlarem a produção agrícola da Ucrânia, quarto maior exportador mundial de soja e milho e quinto maior exportador de trigo. Em relação aos preços agropecuários, Jank listou como fatores de crescimento o aumento da demanda global, especialmente na Ásia e China: os preços internacionais ainda em alta; estoques mundiais baixos, e a desvalorização cambial. Em relação aos fatores de risco, o professor apontou a inflação de alimentos no mercado; a perda do poder aquisitivo da população brasileira pós-covid; o forte aumento no preço de fertilizantes e defensivos; os riscos reais de desabastecimento, e a dificuldade de reposição de máquinas e equipamentos.

que de Exposições. "É a maior edição de todos os tempos. Empresas com as melhores tecnologias, a indústria e os serviços. Como a soja dobrou de preço, os negócios à vista cresceram, embora o volume maior ainda tenha sido concretizado via bancos", comemorou Nei Mânica. A pressão das lideranças do agronegócio nos dias da feira fez o governo federal anunciar R\$ 2,8 bilhões

para destravar crédito rural aos produtores prejudicados pela estiagem.

A Expodireto Digital teve a participação de 57 expositores e mostrou ao vivo as principais atividades da programação, para o mundo inteiro. Mais de 2,2 milhões de visualizações na plataforma. A Arena Agrodigital apresentou ao público o trabalho

inovador desenvolvido pelas startups que atuam no agro. O Pavilhão da Agricultura Familiar recebeu milhares de visitantes, destacando os produtos que simbolizam a cultura e gastronomia gaúchas. Além de máquinas, fóruns, audiência pública e palestras que discutiram os desafios nas áreas de soja, milho, leite, florestas, conservação do solo e da água. **AR**



Autoridades abrem Feira da Cotrijal 2022.

PRODUTORES EM BUSCA DE INFORMAÇÃO

João Maldaner, de Lagoa dos Três Cantos (RS), foi um dos agricultores que acompanharam as palestras. Sua expectativa era buscar informações sobre a consequência da guerra, além dos fatores que podem movimentar a questão do preço dos grãos. Maldaner está entre os produtores que sofreram com a estiagem da atual temporada. “As cultivares plantadas mais cedo, no fim de outubro, tiveram maior problema com a estiagem e vão chegar a no máximo 10 sacas por hectare. As cultivares mais tardias possuem um desenvolvimento razoável, mas vamos atingir de 30 a 40 sacas/ha. É um ano de aprendizado. Nem todos os anos a produção é maravilhosa. Temos anos difíceis também”, relatou. Situação semelhante vive o produtor Flávio Cofferrí, de Colorado (PR). Ele buscou conhecimento para se tornar o mais assertivo possível com o resultado de sua lavoura. “Tem muitos fatores que influenciam na nossa tomada de decisão. E, diariamente, tudo muda com os conhecimentos mundo afora. Precisamos participar para ter uma ideia melhor e ser o mais assertivo possível no nosso negócio”, afirmou.



Marcos Jank, Carlão da Publique e Nei César Manica.

Expodireto

- # 70 países representados
- # Volume total de negócios de R\$ 4,9 bilhões
- # Bancos registraram R\$ 4,3 bilhões em negócios
- # Negócios próprios em R\$ 510 milhões
- # Pavilhão Internacional movimentou R\$ 62,6 milhões

FÓRUM NACIONAL DE SOJA

A estiagem, as consequências da guerra entre Rússia e Ucrânia, e as novas possibilidades de negócios foram os destaques dos especialistas que participaram do 32º Fórum Nacional da Soja, na 22ª Expodireto Cotrijal. O diretor do Instituto Ciência e Fé e pesquisador da Embrapa Territorial, Evaristo Eduardo de Miranda, abriu o fórum com a palestra ‘A sustentabilidade da agropecuária frente às incertezas climáticas’. Miranda ressaltou que o Brasil foi capaz de criar um modelo sustentável e competitivo de agricultura tropical sem paralelo no mundo nos últimos cinquenta anos. O plantio direto e a fixação biológica de nitrogênio no solo estão entre as técnicas utilizadas que produziram o avanço. “Poupamos desmatamento com crescimento vertical na agricultura”, disse Miranda. Ao abordar a adaptação da agropecuária às incertezas climáticas, o pesquisador explicou que não há tecnologia que funcione sempre e em qualquer condição. “A irrigação precisa ser colocada como destaque. É o que garante qualidade e padrão de produção. Agora, as dificuldades enfrentadas com intervenção do Ministério Público e órgãos ambientais para os produtores armazenarem água são dramáticas. Não é só falta de recurso. Quem tem recurso encontra dificuldades enormes. Isso precisa ser colocado em debate. Tem que haver mudanças”, cobrou.

Brandt é Tecnologia integras

Empresa reforça a mensagem necessária para os produtores aplicarem com eficiência

Becatron. Forseti. TriTek. A evolução dos óleos minerais. As soluções da BRANDT orientam para o real potencial produtivo das lavouras de soja e milho e foram destaque na Expodireto Cotrijal 2022. Tecnologia que garante resultados como os obtidos por alguns dos lavradores mais produtivos do mundo inteiro. E reduz as perdas. “Uma aplicação aparentemente perfeita pode resultar em queda de eficiência por causa de deriva, escorrimento, baixa cobertura foliar, evaporação e incompatibilidade. Trouxemos dos Estados Unidos a Tecnologia Integras porque ela atua em todos os pilares de aplicação: ambiental, operacional, agrônômica e funcional. É um novo conceito, que atua contra essas perdas e entrega maior segurança e resultados”, explicou Samuel Guerreiro, Diretor de Marketing da BRANDT. A novidade garante alta compatibilidade de tanque, redução de perdas por deriva, uniformidade de gotas pulverizadas, aumento da vida útil das gotas, melhor distribuição das gotas nas plantas, melhor fixação na superfície foliar e melhor cobertura foliar. Características combinadas que permitem aos defensi-



Samuel Guerreiro: “É um novo conceito, que combate as perdas e entrega segurança e resultados”.



Jeferson Oles: “Só vende soluções e tecnologia a empresa que gera confiança”.



vos expressarem seu real potencial. “É uma proposta de valor que a BRANDT do Brasil, empresa de inovação tecnológica focada em nutrição vegetal e tecnologia da aplicação, oferece ao agro brasileiro. Produzir mais por área. Isto sim é agricultura sustentável”, reforçou Samuel. Fundada nos Estados Unidos, em 1953, a BRANDT atua em 65 países, com uma tradição cada vez mais arraigada em inovar, acelerar e levar novas tecnologias para o Agro, que nascem com um profundo trabalho técnico do time de profissionais da empresa, que investigam para ter Conhecimento, levam a Informação aos Clientes e Distribuidores e assim ganham a Confiança dos produtores e revendedores. Conexão Total. “Queremos revolucionar a tecnologia de aplicação

nas lavouras, diminuir as perdas e por mais dinheiro no bolso do agricultor. Ser o melhor parceiro dos clientes e distribuidores para manter assistência periódica e de qualidade para o produtor, no campo. Acreditamos que só vende soluções e tecnologia a empresa que gera confiança”, sacramentou o Agrônomo e Diretor Técnico da BRANDT, Jeferson Oles. **AR**

“ Trouxemos dos Estados Unidos a Tecnologia Integras porque ela atua em todos os pilares de aplicação [...]

Samuel Guerreiro
Diretor de Marketing da Brandt

ADAMA faz balanço positivo da Expodireto

Empresa leva mensagem de que é boa de soja e procura simplificar a vida do produtor.

A feira foi um sucesso. Pelo grande número de pessoas que visitaram o estande e pelas oportuni-

dades de negócios entre a companhia e os produtores rurais da região. Muito dessa demanda é porque o produtor an-

seia por novidades e quer ver de perto o que tem de mais atual no mercado. No nosso estande, o produtor vem por-



Espaço ADAMA: caminhão, balão, experiências sensoriais e atendimento.



Romeu Stanguerlin - CEO da ADAMA no Brasil: "A feira foi um sucesso absoluto".

que busca por inovação, pilar que está no DNA da companhia, para aumentar produtividade. Ele sabe que trazemos isso para ele, sempre com lançamentos, como o caso do fungicida Armero neste ano, além de nossa plataforma de biossoluções". A afirmação de Romeu Stanguerlin, CEO da ADAMA no Brasil, resume bem o balanço da empresa para sua participação na 22ª Expodireto Cotrijal. Stanguerlin também considerou fundamental a volta dos eventos para estar sempre próximo do cliente, escutando e entendendo suas necessidades

no campo. "O retorno é importante para a ADAMA interagir com produtores e cooperativas, escutá-los e entender suas demandas para entregar o que eles precisam e na hora que precisam. Isso traduz nossa promessa de marca de Escutar, Entender e Entregar", reiterou. A ADAMA levou para Não-Me-Toque os lançamentos e soluções integradas de manejo aos produtores rurais gaúchos, como o fungicida Armero e demais soluções de destaque da companhia que atuam na proteção de cultivos e auxiliam na maximização da produtividade, reforçando o programa Bom de Soja. Com produção de 20,1 milhões de toneladas em uma área plantada de 6,055 milhões de hectares, o Rio Grande do Sul é um dos estados campeões de produtividade do grão, gerando 3.330 kg/ha (Conab). "A empresa vem forte em 2022. Trabalhando pelo Agro, nas principais feiras do país. Ouvindo agricultores, cooperativas e distribuidores. Fazendo lançamentos, como Armero e Araddo", comentou Yvan Lopes, Diretor de Negócios Unidade Sul da ADAMA. "Somos uma empresa boa de soja e procuramos simplificar a vida do produtor", emendou Marcelo Gimenes, Gerente de Desenvolvimento de Mercado da ADAMA. **AR**



“ A empresa vem forte em 2022. Trabalhando pelo Agro, nas principais feiras do país. Ouvindo agricultores, cooperativas e distribuidores. Fazendo lançamentos, como Armero e Araddo”.

Yvan Lopes
Diretor de Negócios Unidade Sul da ADAMA



Marcelo Gimenes: "Somos uma empresa boa de soja".



Fachada do estande ADAMA na Expodireto 2022.

Bradesco e Cotrijal juntos pelo Crédito Rural

Banco abre Espaço Agro para financiar as fazendas e colher inovação



Agência Bradesco na Expodireto.

O público do setor já está acostumado. É chegar às principais feiras do Agronegócio brasileiro, ao longo do ano inteiro, e dar de frente com o vermelho e branco da logo mais tradicional do crédito que embala a produção do campo do país. O Bradesco ocupa os espaços com agência de atendimento para os clientes e a presença de profissionais e especialistas visitando todos os estandes de empresas e áreas de debates e encontros sobre o Agro. Tratando de Consórcio para compra de máquinas, fazendas, silos e imóveis. Demonstrando as informações e funcionalidades do Portal Bradesco Agronegócio. Ressaltando a parte do banco junto à Rede Integração Lavoura - Pecuária - Floresta (ILPF), estratégia que integra diferentes culturas para aumentar a produtividade do setor de for-

ma sustentável. Oferecendo quase trinta linhas de crédito dirigidas. É o Espaço Agro para oferta do Crédito Rural para Colher Inovação, que marcou presença na Expodireto Cotrijal, fazendo jus ao conceito de instituição responsável por créditos no valor de R\$ 42 bilhões junto às lavouras e aos rebanhos das fazendas brasileiras. Sempre ao lado do produtor rural. Do cliente, na rua, no campo e nas empresas. E também junto dos 19 mil cooperados da Cotrijal, cooperativa que vai completar 65 anos e pretende lucrar R\$ 5,5 bilhões em 2022. "Mas o resultado pode atingir R\$ 7 bilhões se não houver problemas climáticos", falou entusiasmado o CFO da Cotrijal Marcelo Ivan Schwalbert, durante um encontro especial com Diretores e Gerentes regionais do Bradesco, na sala da Presidência da cooperativa. Participaram Ro-

berto França, Diretor de Agronegócios; o Superintendente Executivo do Corporate, Marcelo Furtado; Marcelo Magalhães, novo Diretor Regional para Santa Catarina e Rio Grande do Sul; Marguit Cristina Eggers Klein, Gerente Regional na região de Passo Fundo (RS), e Sandro Pinho, Gerente de Parcerias da Plataforma de Agronegócio.

Os principais objetivos da cooperativa são incentivar os cooperados a garantirem suas safras com financiamento e seguros, além de investir bastante nas culturas de inverno, como o trigo. "A safra do meio do ano pode ser uma solução para a alimentação animal dos rebanhos brasileiros, a produção de etanol e a exportação para uso em ração de animais de



Marcelo Magalhães, Diretor Regional para Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

companhia”, emendou Marcelo Ivan. “O Bradesco ajuda o produtor, o cooperado da Cotrijal a financiar as operações. Há muito tempo. E contribui, assim, para a riqueza do agro e da economia



Sandro Pinho - Gerente de Parcerias da Plataforma de Agronegócio.

brasileira. Seja na safra de verão ou na segunda e terceira safras. Queremos ser parceiros do empreendedor rural em todos os momentos”, reforçou Roberto França.

Para isso, a corporação mergulha cada vez mais no campo nacional. Quinhentas agências estão em treinamento visando um atendimento especializado no segmento e cem delas serão prioritárias para atender

no Agro, incluindo identidade visual específica. “O dia a dia do banco é estar ao lado do cliente, presente, para o empreendedor rural ganhar mais produtividade e enriquecer”, apontou Marguit Cristina Eggers Klein, 28 anos de banco e atual Gerente Regional de Passo Fundo (RS), onde comanda 25 agências, região chave para os negócios rurais. Outro desafio é atrair a atenção de investidores dos grandes centros urbanos para as possibilidades de investimentos da Agricultura e Pecuária do Brasil. “A ideia central é orientar todos os mercados em direção ao Agribusiness do Brasil. Afinal, o Agro está na vida, no cotidiano de todos os brasileiros. Estamos levando a turma da Faria Lima e do Leblon para sujar o pé na fazenda brasileira”, brincou Marcelo Furtado, Superintendente Executivo do Corporate Bradesco. **AR**



“O dia a dia do banco é estar ao lado do cliente”.

Marguit Cristina Eggers Klein
Gerente Regional de Passo Fundo (RS)

BRADESCO

- # 3.800 agências
- # 1.000 Pontos de Atendimento
- # 500 agências em treinamento para atendimento especializado no Agro
- # 100 agências prioritárias para atender o Agro, com identidade visual



Reunião entre executivos da Cotrijal e do Bradesco na sala da presidência da cooperativa.

Fertiláqua e a performance dos Condicionadores de Solos Concentrados

Aposta total nas entregas das marcas Aminoagro, Dimicron e Maximus

A Fertiláqua, uma companhia ICL, marcou presença na Expodireto focada em tecnologia e negócios, recebendo os visitantes em um estande amplo e estrategicamente preparado para apresentar a eficiência de seu mais novo lançamento: os Con-

dicionadores de Solos Concentrados, disponíveis nas marcas Aminoagro, Dimicron e Maximus. Os produtores conheceram os resultados das tecnologias e souberam mais sobre os produtos que garantem total eficiência e performance com aumento da capa-

cidade de aplicação para o dobro de área. "As principais vantagens dos condicionadores são o maior rendimento de aplicação, a otimização do manejo e o menor volume de embalagem para transporte, armazenamento e descarte, o que favorece o meio ambiente com



Condicionadores do Solo atraíram a atenção dos produtores.



Evandro Carlos Binsfeld: "Não é tirar nada. É melhorar o perfil do solo".

menos operações", explicou Evandro Carlos Binsfeld, mais conhecido como 'Bife', Diretor de Unidade de Negócio da Fertiláqua. "Não é tirar nada. É melhorar o perfil do solo, usar os insumos de forma mais inteligente, aumentar a produção de alimentos", emendou. Para isso, as três marcas estão bem desenhadas para entregar tudo o que o lavrador precisa em nutrição de plantas. "A Fertiláqua atende todas as necessidades do produtor. É muita pesquisa e tecnologia entregues ao produtor. Práticas bem feitas trazem resultados", analisou Gilberto Medeiros, Gerente de Produto Fertiláqua, agrônomo de Passo Fundo com quinze anos de empresa. "São três pilares. Agrônomo, com sustentabilidade. A Distribuição, pois investimos no trabalho de consultores que acreditam no nosso propósito. E a Tecnologia, que precisa ser acessível levar resultado. Se o produtor não estiver bem, acaba o nosso trabalho", cravou Evandro Carlos Binsfeld. Tanta conexão provo-



Gilberto Medeiros: "A Fertiláqua atende todas as necessidades do produtor".

cou um movimento intenso no estande da empresa na Expodireto, a semana inteira. O que chamou a atenção do Vice-Presidente da ICL, Ithamar Prada. "A feira teve um movimento muito bom. E todos puderam conhecer as inovações que trouxemos das marcas Aminoagro, Dimicron e Maximus. Um investimento forte na melhoria da fertilidade do solo. Melhorando a eficiência da adubação. E agora com lançamento de produtos com concentração três vezes maior. São marcas do Grupo ICL, que mantém o nosso compromisso de sustentabilidade, ambiental e econômica. Sem falar em praticidade. São soluções que podem ser bem armazenadas na Distribuição e nas propriedades rurais. E caem muito bem nas culturas de inverno, para os lavradores colherem mais e ter mais rentabilidade", apontou. **AR**

Yara é Programa Boa Colheita

Companhia ainda destacou em Não-Me-Toque soluções nutricionais para pastagem, soja, trigo e milho, além de ferramentas



Estande da Yara em Não-Me-Toque.

A Yara, líder mundial em nutrição de plantas, apresentou na Expodireto Cotrijal o programa de benefícios 'Boa Colheita Produtores Rurais', dedicado ao relacionamento com o cliente. Além de levar um portfólio completo para as culturas de pastagem, soja, trigo e milho, e ainda mostrar suas soluções digitais voltadas ao monitoramento e recomendação nutricional, Atfarm e Ayra. O Programa Boa Colheita Produtores Rurais contempla que toda compra de insumos Yara em

qualquer um de seus canais de vendas possa gerar pontos por meio do cadastro de cupom fiscal na plataforma do marketplace Orbia. Os pontos podem ser trocados por serviços, consultorias e soluções, como a licença de uso do Atfarm de forma grátis e ilimitada por um ano, ferramenta digital da Yara para monitoramento de cultivos e geração de mapas de aplicação de fertilizantes nitrogenados em taxa variável. Também é possível trocar os pontos por Smart TVs, celulares, tablets, notebooks, jo-

gos de ferramentas, entre outros. "Nos últimos anos, adaptamos a nossa atuação para nos aproximar ainda mais dos nossos clientes, oferecendo atendimento diferenciado e soluções de alto valor agregado para cada perfil de consumidor. O lançamento do Boa Colheita tem como proposta fortalecer a relação com produtores e agregar valor ao portfólio de soluções nutricionais da marca. Assim, trazemos ao evento todas as nossas soluções indicadas às principais culturas da região e as ferramentas digitais para agricultura de precisão com foco na eficiência e sustentabilidade da produção de alimentos", afirmou João Benetti, Diretor Comercial da Yara Brasil.

As notas fiscais emitidas a partir de 01 de janeiro de 2022 podem ser inscritas na plataforma, com um limite para



Chantal Ghannam - Diretora de Soluções Digitais da Yara: "Atingir 25% das vendas até 2025".



Agrônomas da Yara: Andressa, Jessica, Eveline, Estefani, Betina, Raquel, Leticia, Karina e Gabriele.

cadastro de até noventa dias. Já as compras de produtos Yara realizadas dentro do marketplace da Orbia renderão pontos de forma automática de acordo com as regras do programa. A cada R\$ 1,00 adquirido com a linha YaraVita, o produtor recebe 1 ponto, enquanto as demais linhas Premium, como YaraLiva, YaraRega, YaraBela e YaraMila, geram 1 ponto a cada R\$ 5,00 consumidos. Os demais insumos tradicionais Yara geram 1 ponto a cada R\$ 25,00 consumidos.

PROGRAMAS NUTRICIONAIS YARA

A linha completa de produtos dos Programas Nutricionais Yara esteve disponível para as principais culturas da região. Entre elas, a Linha MaisMays, que traz maior equilíbrio nutricional e eficiência nas etapas do cultivo do milho. SuperSoja, dedicado à nutrição equilibrada para o aumento da safra e da produtividade da soja. NutriPasto, criado para melhorar a produtividade e qualidade do pasto. E ProTrigo, recomendado em todas as etapas da produção para a

produtividade e qualidade do trigo. A oferta de produtos Yara traduz a estratégia da companhia com foco em soluções sustentáveis e ambientais para aumento da produtividade, descarbonização de toda a cadeia do alimento e conectividade no campo. “A sustentabilidade é parte integrante da nossa estratégia de negócios. Por isso, da fábrica ao campo, assumimos um compromisso por toda a jornada de nossos produtos e empregamos todo o nosso conhecimento na neutralidade de carbono para cultivar um futuro alimentar positivo para a natureza”, reiterou Benetti.

ARENA AGRODIGITAL

A Yara participou ainda da Arena Agrodigital, espaço de tecnologia voltado às iniciativas inovadoras na Expodireto. Os especialistas da Yara fizeram apresentações diárias sobre as soluções digitais existentes no Brasil, com foco no Atfarm, ferramenta de monitoramento de cultivos e aplicação de fertilizantes nitrogenados em taxa variável. E no Ayra, sistema



“A sustentabilidade é parte da nossa estratégia de negócios [...] para cultivar um futuro alimentar positivo para a natureza”.

João Benetti
Diretor Comercial da Yara Brasil

FÓRUM DAS CULTURAS DE INVERNO

'Culturas de inverno no Rio Grande do Sul – Oportunidades para o Agricultor'. É o tema do painel realizado no espaço da Yara em Não-Me-Toque, para criar oportunidades para o produtor rural gaúcho. Trigo, cevada e triticale. Com solos bem preparados, sementes de qualidade e fertilização adequada. Um hectare pode render até 17 mil reais por ano. A iniciativa reúne a Yara, a Embrapa Trigo, e Francisco Turra, ex-ministro da Agricultura, ex-presidente da Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA) e atual integrante de Conselhos de diversas entidades e empresas. "Temos nove horas de sol todo dia. Trigo dá dinheiro. Conseguimos fazer o produtor ganhar atuando em hectares dia após dia", defendeu Jorge Lemainski, Chefe-Geral da Embrapa Trigo. Já Francisco Turra, enalteceu a urgência da ação diante da gravidade da situação geopolítica no mundo e das questões que envolvem os alimentos. "A palavra urgente é plantar. Aumentar as safras. Temos a tarefa de alimentar o Brasil e o mundo, além de produzir energias sustentáveis e fibras. E temos tecnologia para tanto. Sem falar que as commodities nunca mais serão baratas", sacramentou Francisco Turra. "Precisamos usar corretamente os defensivos, aumentarmos consistentemente o plantio e a colheita das safras de inverno. E usar bem os insumos é pensar em dose certa, produto certo, local certo e momento certo", recomendou João Benetti, Diretor Comercial da Yara. Um dos convidados especiais do fórum, Erasmo Carlos Batistella, Presidente e fundador da BSBIOS, empresa especializada na produção de óleo e diesel a partir da soja, aproveitou para defender a bandeira da sustentabilidade do agro nacional. "Estamos diminuindo a emissão de gases de efeito estufa em até 70%, sem falar que 40% da nossa matéria prima tem origem na agricultura familiar", assegurou. Tanta confiança levou a BSBIOS a investir na produção de combustível verde no Paraguai e na União Europeia. "Estamos criando milhares de empregos verdes", brincou Erasmo. Durante todo o evento, o time de especialistas agrônômicos da Yara esclareceram as dúvidas e orientaram sobre a melhor solução para cada lavoura.

que gerarecomendações nutricionais precisas e personalizadas para cada talhão do agricultor, embasando-se em análises de solo. Além de detalhar o funcionamento das ferramentas, as apresentações tiveram casos de sucesso do seu uso e aplicação por parte de agricultores e falaram sobre o DNA inovador da companhia. Os espectadores também foram convidados a conhecer e testar as ferramentas no estande da marca dentro da Arena Agrodigital, onde os visitantes que criaram sua conta no Atfarm e desenharam seus primeiros talhões receberam um voucher que concede um ano de uso grátis e ilimitado da ferramenta, além de um boné personalizado.

AR



Erasmo Carlos Batistella (BSBIOS): "Estamos criando milhares de empregos verdes".

Castelo Samurai Ihara

Espaço da empresa mostra jornada de soluções totalmente adaptadas à realidade das lavouras brasileiras

A IHARA, empresa de pesquisa e desenvolvimento especializada em defensivos agrícolas, reforçou toda qualidade e tradição japonesa aos visitantes da Expodireto Cotrijal, com grande experiência tecnológica no estande “Castelo Samurai IHARA”. E apresentou lançamentos direcionados aos cultivos de soja e o milho. Entre eles, o Hayate, um inseticida com uma nova tecnologia no Brasil para o combate das principais lagartas de difícil controle, que causam grandes prejuízos à produtividade nas duas culturas. A solução age protegendo a lavoura por mais tempo e causando paralisação imediata da alimentação dessas pragas.

Já com foco específico no milho, a empresa levou o Sonda, um novo herbicida seletivo com ação sistêmica que age com alta eficiência no controle das principais plantas daninhas, como amendoim-bravo, corda-de-violão,

preto e trapoeraba. O Sonda pode ser aplicado em doses menores e possui um maior espectro de controle em relação aos herbicidas disponíveis no mercado. Além disso, provoca necrose nas plantas daninhas presentes na lavoura, o que garante ótimos resultados no combate de folhas largas e total seletividade a cultura do milho.

Para o Gerente de Marketing Regional, Bruno Lucas, a empresa tem como foco a pesquisa e desenvolvimento de novos produtos com o objetivo de oferecer soluções eficientes para proteção de cultivos e aumento da produtividade no campo. “O Japão é o país que mais desenvolve novas tecnologias em defensivos agrícolas e a IHARA é a ponte que oferece ao mercado brasileiro o acesso a essas inovações. Nossas soluções são adaptadas à realidade das lavouras brasileiras e, de fato, resolvem as problemáticas no campo”, afirmou.

A empresa ainda apresentou outras soluções em seu estande. Para o tratamento de sementes, o agricultor já tinha acesso ao Certeza N e, agora, a IHARA demonstrou os benefícios do Convence FS, uma solução inovadora com uma formulação que potencializa a sinergia entre os ativos para obter um estande perfeito, além de apresentar três modos de ação que deixam as plântulas mais protegidas e com menos pragas desde o início da plantação. Os visitantes também conheceram de perto o Kyojin, que atua no controle pré-emergente de plantas daninhas. Além de ter um manejo mais eficiente da matocompetição na soja, possui um leque mais amplo, gerando mais rentabilidade e uma lavoura mais limpa por maior tempo. E o Fusão, que é um fungicida para quem busca aliar excelentes resultados. Seu grande diferencial está no manejo da ferrugem e outras doenças da soja. AR



Mosaic Fertilizantes mostra sua alta tecnologia na Expodireto Cotrijal

A empresa destacou em Não-Me-Toque as linhas MPasto e Performa



A casa das linhas MPasto e Performa!

Uma linha lançada em 2020 e que ganha cada vez mais mercado. Porque consegue mais arrobas de carcaça e maior produção de leite. É a MPasto. E a junção de tecnologias vencedoras da empresa em uma Linha que garante crescimento saudável, forte e produtivo nas lavouras, a Performa, nutrição de primeira para todas as plantas. Foram as duas soluções

apresentadas pela Mosaic Fertilizantes, uma das maiores produtoras globais de fosfatados e potássio combinados, em Não-Me-Toque (RS). Com três produtos diferenciados e fórmulas amplas, o MPasto foi desenvolvido para atender ao pecuarista que quer ter resultados da colheita da silagem até o alto rendimento da pastagem. O MPasto MAX tem alta eficiência agrônômica e per-

formance operacional, uma fonte de nitrogênio, fósforo de alta concentração e duas fontes de enxofre em um único grânulo. O MPasto SUPER é um fertilizante fosfatado com cálcio solúvel que contribui para o condicionamento do solo em subsuperfície ao longo do tempo, tendo fonte de fósforo, cálcio e enxofre. E o MPasto NITRO é um fertilizante nitrogenado de alta concentração



Felipe Pecci - Diretor Comercial da empresa: "Mosaic é até sete sacas a mais em produtividade".

um portfólio valioso e completo, que garante forragem em abundância e qualidade, além de até sete sacas a mais em produtividade no Campo", reforçou.

Já a Linha Performa é para ser utilizada em todas as culturas plantadas e se destaca pela versatilidade e facilidade na aplicação. Os produtos possuem formulação multinutrientes, que permite que a lavoura atinja um novo patamar de qualidade e rentabilidade. São cinco opções. Performa NEO, Performa Plus, Performa Ultra, Performa Full e Performa HF. Alta performance como resultado da combinação das mais altas tecnologias da linha de performance: MicroEssentials,



Fernando Hansel - Agrônomo Senior da Mosaic Fertilizantes: "Performa é o que chamamos de Melhor da Terra".

com inibidor de urease, que promove aumento da eficiência do uso de nitrogênio nas adubações de cobertura. "Precisamos cuidar melhor do solo das pastagens brasileiras. E um pasto bom produz mais carne e leite por hectare. E sem desmatar", cravou Vinicius Gomes, Especialista em Desenvolvimento de Mercado da Mosaic Fertilizantes.

O Diretor Comercial da empresa, Felipe Pecci, frisou que a parceria da Mosaic com a Expodireto Cotrijal é um sucesso e está completando uma década. "É um evento muito importante no calendário do Agro no Brasil. E o resultado de uma aproximação nossa cada vez maior com os pecuaristas e lavradores. Oferecemos sempre



Vinicius Gomes - Especialista em Desenvolvimento de Mercado da Mosaic Fertilizantes: "Pasto bom produz mais".

K-Mag e Aspire. "Performa é o que chamamos de Melhor da Terra. Todas as tecnologias exclusivas em um único produto. Nutrição de excelência para as plantas crescerem fortes", resumiu Fernando Hansel, Agrônomo Sênior da Mosaic Fertilizantes.

Outro desafio da empresa reforçado em Não-Me-Toque é a questão da diversidade de gêneros nas equipes de trabalho e a presença da mulher nos cargos de liderança. "Temos uma meta bem clara que é garantir 25% das posições de liderança para as mulheres até 2025. Para nós, o lugar da mulher é em todo lugar", esclareceu Fernanda Moirão, Diretora Regional de Vendas da Mosaic Fertilizantes na Região Sul. **AR**

ESPAÇO MOSAIC

"Estamos alinhados com o que o produtor espera da gente nas feiras. Juntando soluções novas e as expectativas do cliente. Foi assim que pensamos o nosso espaço na Expodireto deste ano. Trouxemos o melhor da terra. Produtividade lá em cima. Três famílias de tecnologias unidas em um só produto. O que era bom ficou melhor ainda. O Performa entrega os desafios das lavouras. E a Linha MPasto é investimento certo em produtividade bovina de carne e leite".

André Rocha - Gerente de Marketing

Sumitomo Chemical lança o Gigante!

Nova tecnologia vai marcar a safra de soja 2022-2023

A marca global japonesa acelera fundo no Agro Brasil e já tem produto novo para plantar soja ao lado do produtor na safra 2022 – 2023. Uma tecnologia desenvolvida nos últimos dez anos, desde a descoberta da molécula no Japão, e que vai combater todas as principais pragas que atacam o grão. O novo produto já está registrado e vai estar à disposição do

lavrador em todos os canais de comercialização do segmento. E foi apresentado na Expodireto Cotrijal 2022. Um autêntico 'Gigante Em Performance na Soja'. "Foram dez anos de desenvolvimento da molécula no Brasil. E vamos estar ao lado do produtor na nova safra de verão. Portfólio completo para a soja, uma ferramenta nova para combater as doenças do grão. Estamos mais

perto do sojicultor e vem mais por aí. O Brasil é prioridade total para a Sumitomo", revelou André Arnone, Responsável pelo Marketing de Soja e Fungicidas da empresa. Ânimo semelhante ao de Nelson Caldeira, Diretor Comercial da Sumitomo Chemical, o executivo que cuida de metade do Brasil para atender os produtores rurais. "Temos fixação em fazer pesquisas e desenvolver molécu-



las novas para melhorar a performance das lavouras do Brasil”, afirmou.

Os produtores rurais do Rio Grande do Sul conheceram ainda um pouco mais dos produtos da Sumitomo Chemical. Oportunidade de verificar as soluções da companhia e se preparar para as próximas safras. “Nosso portfólio híbrido permite levar ao produtor ferramentas diferenciadas na proteção de cultivos. Soluções híbridas envolvem o segmento de químicos e de Bio Racionais, ou seja, produtos seletivos, sustentáveis e que têm como base

componentes biológicos e também fito-hormônios vegetais”, detalhou Samuel Bianchi, coordenador de trade marketing da Sumitomo Chemical.

A plataforma ‘Seed Protection’ foi uma das soluções expostas, composta pelo nematicida biológico de alta qualidade e controle Aveo, que tem uma formulação exclusiva para tratamento de semente, e pelos produtos Inside FS e Maestro FS. Somado a eles está o manejo na pré-emergência da soja Zethamaxx e o manejo de lagartas com

“ Temos fixação em fazer pesquisas e desenvolver moléculas novas para melhorar a performance”

Nelson Caldeira
Diretor Comercial Sumitomo Chemical



Nelson Caldeira - Diretor Comercial da Sumitomo Chemical.



André Arnone - Responsável Marketing Soja e Fungicidas da Sumitomo.

o Abaday. Ambos são referências no mercado, com o herbicida Zethamaxx sendo destaque nas apresentações sobre manejo de plantas daninhas em pré-emergência e o Abaday, atuando por choque e efeito residual, garantindo um controle por longo tempo contra lagartas. Também foi apresentado o programa ‘Soja +’, com os reguladores de crescimento MaxCel e ProGibb, com o primeiro fazendo um trabalho de ramificação das plantas e o segundo fortalecendo a florada e as vagens. **AR**

SUMITOMO CHEMICAL

- # Sede em Tóquio
- # Fundada em 1913
- # Presente em mais de 180 países
- # 32 mil colaboradores
- # Opera na América Latina com soluções para agricultura, nutrição animal e saúde ambiental
- # Escritório central em São Paulo (SP)
- # Centro de pesquisas em Mogi Mirim (SP)

Syngenta leva novidades a Não-Me-Toque

Empresa mostra conteúdos exclusivos, lançamentos e palestras no espaço Mais Agro



Syngenta levou formato inovador à Expodireto 2022.

Com uma longa trajetória de presença em feiras agrícolas, a Syngenta ofereceu um formato inovador à Expodireto 2022, organizando o estande de forma que agricultores e visitantes pudessem conhecer tudo o que há de novo no mercado, com dinamismo, vivenciando uma jornada de muito conhecimento. A empresa já havia saído à frente no início da pandemia da Covid-19, apresentando ao público um formato de feira virtual interativa, que conectou o produtor às novidades do mercado, mesmo que virtualmente. Agora, as grandes feiras voltam a ser celebradas em pontos estratégicos das

regiões produtoras brasileiras ao longo do ano. E a Syngenta vem marcando presença forte, oferecendo alternativas aos agricultores para superar os desafios diários do campo, com diversos benefícios aos visitantes.

“São fungicidas, inseticidas, herbicidas e outras tecnologias. A Syngenta aumenta a produtividade Terra, em Carazinho (RS), ao lado de outras mulheres. “Sou uma antiga cliente da empresa e confio nos produtos que adquiro para plantar trigo, soja, aveia e milho. E ainda fazer pecuária de corte. Fui surpreendida pela premiação,

não esperava, e fiquei muito feliz. A Syngenta faz parte da história da nossa propriedade”, comemorou o lavrador do início ao fim do cultivo. E é neste portfólio que trouxemos a Não-Me-Toque”, afirmou Felipe Cordeiro, Líder de Marketing da empresa no RS e SC.

Um dos destaques foi o espaço Mais Agro, que promoveu todos os dias palestras exclusivas com temas diversificados, estabelecendo um diálogo rico entre produtores e especialistas, que debateram as perspectivas da safra e resoluções de problemas no campo por meio de novas



Luciano Daher - Diretor Nacional de Vendas da Syngenta: "A empresa é conexão total com todos os canais de comercialização".

soluções que chegam ao mercado. "Nosso objetivo é lançar até dez produtos por ano até 2025. Somente em 2022, serão cinco novas tecnologias", garantiu Guilherme Giacomini, Gerente Regional de Vendas. E teve bem mais: conhecer os lançamentos da Syngenta em 2022; tirar dúvidas diretamente com especialistas; participar de palestras exclusivas; ganhar até 5 mil pontos no aplicativo ACESSA Agro, e interagir com



Luciane Rheinheimer, premiada no ACESSA Agro: "Sou cliente da empresa há muito tempo".

as soluções e os parceiros Syngenta: Valagro, Seedcare Institute, Soluções Financeiras, Syngenta Digital, Mosaic e John Deere.

"A Syngenta é uma empresa global que investe por ano US\$ 1,5 bilhão em pesquisas, com prioridade para o agronegócio brasileiro. E tem firme compromisso com o produtor do nosso país. A Syngenta é conexão total por todos os canais de comercialização, incluindo as cooperativas na Região Sul do país, as revendas, distribuidoras e as lojas próprias. Lançando novos produtos ano após ano. Novas moléculas, grupos químicos inovadores e soluções remodeladas", esclareceu Luciano Daher, Diretor Nacional de Vendas da Syngenta.

Pensando nos produtores que não conseguiram ir à Expodireto, a Syngenta disponibilizou todo o conteúdo das palestras do espaço Mais Agro, na íntegra, no canal Syngenta Brasil do YouTube. Com todos os temas abordados durante a feira: manejo fisiológico de estresse abiótico em plantas; tratamento de sementes; manejo de doenças na cultura da soja; manejo de pragas na cultura da soja; a importância da tecnologia em fertilizantes para o uso eficiente de nutrientes; desafios no manejo de insetos em soja; desafios no manejo de plantas daninhas no sistema; três dicas para melhorar a rentabilidade em 2022; agricultura digital: a propriedade rural do futuro; a propriedade rural do futuro: gestão & eficiência, e como garantir melhor eficiência no 'pegamento' floral e na diminuição no abortamento de vagens.

Outra iniciativa pioneira da empresa foi levar ao estande da Expodireto a produtora rural Luciane Rheinheimer, premiada no ACESSA Agro, plataforma

de negócios da Syngenta, com um trator New Holland TL 5100 novinho. Ela é engenheira agrônoma, integrante da terceira geração de agricultores da família e comanda a fazenda Agro Terra em Carazinho (RS), ao lado de outras mulheres. A propriedade atua com soja, milho, trigo, sorgo e pecuária de corte. "Sou uma antiga cliente da empresa e estou muito satisfeita com os produtos que utilizo da Syngenta nas lavouras. Uso bastante a plataforma, mas foi uma surpresa quando descobri que fui premiada. Fiquei muito feliz", comemorou Luciane.

AR



“
Nosso
objetivo é
lançar até
dez produtos
por ano
até 2025.”

Guilherme Giacomini
Gerente Regional de Vendas
da Syngenta


Na Estrada das Grandes Feiras

TecnoShow Comigo 2022, em Rio Verde (GO). Início de abril. A terceira das grandes feiras agropecuárias do calendário mais simbólico do segmento. Para os organizadores, um evento que resultou em R\$ 10,6 bilhões em negócios, 128 mil visitantes, 620 expositores, 65 hectares de área, 110 palestras e dinâmicas, 4.700 participantes nas palestras, 1.200 participantes nas dinâmicas, 40 mil metros quadrados de plots agrícolas, 900 animais (bovinos, equinos, muares, ovinos e peixes), 3.300 máquinas e equipamentos, além de 360 pesquisadores e técnicos, 20 mil mudas nativas doadas, 64 toneladas de resíduos sólidos recicláveis pós-feira, 7.500 empregos diretos criados pela feira e outros 5.200 ofertados na montagem da feira. O Grupo



TecnoShow Comigo 2022, em Rio Verde (GO). Início de abril. A terceira das grandes feiras agropecuárias do calendário mais simbólico do segmento.”

Publique esteve lá. Com as várias plataformas de negócios. Fala Carão, Papo de Prateleira, Plataforma AgroRevenda. No ‘Grand Slam’ das feiras agropecuárias de um dos

maiores agronegócios do planeta. Ao lado dos clientes, parceiros, amigos, colaboradores e associados. E o ano só está começando. A gente se vê na Agrishow e Expozebu! 



Abertura da TecnoShow Comigo 2022

Aliare avança e gerencia 2,5 milhões de hectares

A Aliare, empresa especializada em Software de Gestão, nascida da união das tecnologias Siagri e Datacooper, está fazendo aniversário e já alcança 52 mil usuários, mais de quatro mil clientes e 2,5 milhões de hectares gerenciados. São plataformas que auxiliam na reunião e organização dos dados para tomada de decisão de revendas, distribuidores e produtores rurais. E que estão sendo demonstradas nas principais feiras agropecuárias do Brasil. Foi o mesmo na TecnoShow Comigo, em Goiás, com um estande moderno, interativo e cheio de informações sobre a importância da Gestão movida à dados. “Queremos crescer cada vez

mais e expandir para o Brasil todo. E uma das estratégias neste sentido é marcar presença em todos os grandes eventos para consolidar-

mos solidamente a nossa marca”, reforçou Hérica Silva, Engenheira Agrônoma e Coordenadora de Operações da Aliare. **AR**



Espaço Aliare na TecnoShow Comigo 2022

Biogénesis Bagó e Lallemand com Magniva



Carlão da Publique entre Equipe da Biogénesis Bagó e da Lallemand.

O ofertar produtos que garantam uma silagem nota 10 para os pecuaristas de Corte e Leite do Brasil. Foi a tarefa cumprida em Rio Verde (GO) pelas empresas Biogénesis Bagó e Lallemand. Juntas, elas destacaram a Linha Magniva de inoculantes para garantir a preservação do material plantado e colhido pelo pecuarista para ofertar nutrição saudável e íntegra aos rebanhos. O espaço conjunto foi comandado por Jorge Pereira Jawabri, Representante Comercial das duas corporações em Goiás, e Glauber Borges de Oliveira, Médico Veterinário, Coordenador Técnico Revenda da Biogénesis Bagó e homem responsável pelo trabalho junto às 75 revendas de insumos agropecuários de Goiânia, no Sudoeste e Norte do Estado. **AR**

Bradesco é crédito na mão do produtor

Presença do banco em Rio Verde (GO) ganha força com evento movimentado



Agência Bradesco em Rio Verde (GO)

Mais de 42 bilhões de reais em empréstimos para os produtores rurais brasileiros. E ainda a promoção 'Força no Campo', consórcios, plataforma digital e muito mais. Tudo no Espaço Agro, a agência do Banco Bradesco montada em Rio Verde (GO), durante a TecnoShow Comigo, durante cinco dias no início de abril. É o circuito do banco pelos maiores eventos do setor no Brasil. Afinal, o Bradesco é o banco que está sempre ao lado do produtor rural. E caprichou no atendimento em Rio Verde. Passaram por lá Rubens Rodrigues, da Plataforma de Agronegócio do banco; Sandro Pinho, responsável pelas Parcerias; Dirceu Silva Rangel, Gerente Regional na região de Rio Verde. Todos convidando o Agro Brasil a fazer bons negócios. E dando corpo aos colaboradores para eles atenderem melhor. Parcerias, financiamentos, capacitação das equipes e crédito fácil e rápido para atender melhor. Melhores financiamentos para pequenos, médios e grandes produtores. Ação da instituição que engloba a nação inteira. E ainda André Vital Simoni Wanderley, que agora

comanda o Bradesco no produtivo Cerrado do Brasil, e Rinaldo Gonçalves Bachiega, Gerente Geral da Plataforma Agro Bradesco, que foi claro: "O agro está fora do escritório. E o Bradesco cada vez mais presente no campo".

O Bradesco Corporate também marcou presença com o Diretor Fernando Freiberguer e o Superintendente Executivo Rodolpho Trivellato, que deram um novo recado: "A Faria Lima vive cada vez mais conectada com os

maiores conglomerados agropecuários do Brasil". Um momento bem recebido pelo Diretor de Agronegócios do Bradesco, Roberto França, que afirmou que há muito negócio sendo realizado, com ótimo volume de comercialização, negócios sendo fechados e compra de máquinas. "Touxemos uma equipe muito bem estruturada para a TecnoShow, falando de nível local, regional e nacional. Banco de atacado, seguros, reuniões frequentes com grandes produtores. Estou muito feliz, a safra está vindo e o preço está sustentando. O custo dos insumos tem crescido também, mas é um problema bom porque mantém a operação do agro muito ativa", afirmou França. Ele ainda reiterou a grande fase de captação de negócios envolvendo o setor e o Bradesco. "Minha praia é organizar os nossos produtos da melhor forma para atender os clientes. Entendemos o Agro. Toda a cadeia. É o nosso legado. Um conjunto de ações, desde a matriz do banco. Pudemos registrar o ótimo momento, a forte parceria com a Comigo. Atuamos, negociamos, premiamos as parcerias no crédito rural", complementou. **AR**



Carlão da Publique, Antonio Chavaglia (Presidente da Cooperativa Comigo) e Roberto França (Diretor de Agronegócio do Bradesco).

Branco Motores tem a Revenda no sangue

Branco, a força de que o Brasil precisa. Este é o slogan da Branco Motores, empresa que caminha para comemorar 86 anos de atuação no segmento de motores, bombas, geradores e as Linhas Agro e Jardim. E que marcou presença em Rio Verde (GO), aproveitando para lançar uma série completa elétrica, voltada para jardim, com roçadeira, soprador, bombas periféricas e lavadoras. A Branco é uma das corporações mais alinhadas com a revenda brasileira. São 230 produtos no portfólio, mais de cem colaboradores, 42 representantes comerciais e mais de oito mil revendas cadastradas. A equipe que atendeu clientes na TecnoShow foi comandada pelo Diretor Geral Juliano Silva e pelo Diretor Comercial Gianni Pinheiro.

AR

Gianni Pinheiro, Diretor Comercial da Branco Motores.



IHARA comemora sucesso do Hayate



Marcos Gaio e Carlão da Publique na frente do Castelo Samurai IHARA

O Castelo Samurai da IHARA ficou lotado de clientes e produtores rurais que foram aos cinco dias de TecnoShow, para saudar os ótimos resultados alcançados até agora por duas tecnologias que já atendem mais de dois milhões de hectares de lavouras em Goiás e Mato Grosso do Sul. Hayate usado para combater as lagartas e o herbicida Kyojin, utilizado como pré-emergente. “A IHARA pesquisa e produz para o lavrador brasileiro colher mais, combater pragas e daninhas, e faturar mais”, explicou o Agrônomo Edésio Vilela, Gerente Comercial Distrital GO e MS, profissional com onze anos de empresa. Também marcaram presença no Castelo o COO Marcos Gaio e José Antônio Volaco, Diretor Regional da Região Cerrado.

AR

Sumitomo Chemical é Solução!

A Sumitomo Chemical, uma das principais empresas químicas do mundo e que opera na América Latina com soluções para agricultura, nutrição animal e saúde ambiental, apresentou na TecnoShow 2022 um portfólio pensado em detalhes, para atender os desafios do agricultor nas safras. Como a plataforma 'Seed Protection', formada pelo nematicida biológico Aveo, que tem uma formulação exclusiva para tratamento de semente (TS), e pelos inseticidas Inside FS e Maestro FS. Para a soja, o programa 'Soja +', com os reguladores de crescimento MaxCel e ProGibb, com o primeiro fazendo um trabalho de ramificação das plantas e o segundo fortalecendo a florada e as vagens. Ambos são BioRacionais, ou seja, produtos seletivos, sustentáveis e que têm como base componentes biológicos e fito-hormônios vegetais. No estande, também foi demonstrado o manejo

com o pré-emergente na soja Zethamaxx e, em lagartas, com o Abaday e o XenTari. O herbicida Zethamaxx é eficiente nas plantas daninhas e o inseticida Abaday, somado ao XenTari, garante um controle por longo tempo contra as pragas. E para 2022 – 2023, a fazenda brasileira vai contar com o Gigante, fungicida para soja, resultado de dez anos de pesquisas no Brasil, que vai alinhar proteção e produtividade ao lavrador brasileiro. **AR**



Excalia Max, um Gigante Sumitomo em performance.

Syngenta e as tecnologias 4.0

A Syngenta viajou a Rio Verde (GO) para apresentar as tecnologias inovadoras de proteção de cultivo que otimizam a produção, além de ferramentas digitais que viabilizem decisões mais ágeis com foco em uma gestão estratégica da lavoura. E um ciclo espe-

cial de palestras com especialistas para debater assuntos estratégicos para diversas frentes do agronegócio. A empresa disponibilizou um relatório personalizado da fazenda para cada produtor, com análise em NDVI, que aponta as condições agrícolas da plantação de acordo com as

imagens geradas por sensores remotos. Assim, o agricultor tem uma degustação do poder e efetividade que as transformações digitais têm sobre a produtividade no campo. A companhia também demonstrou como funciona na prática sua principal plataforma digital, o Cropwise. Seus produtos permitem uma rápida gestão da operação e o monitoramento de ponta a ponta da lavoura. A tecnologia gera mapas, gráficos e análises a partir das informações de monitoramento, oferecendo insights para ações com rapidez e precisão, reduzindo riscos de perda na plantação e de produtividade. Outro assunto importante foi tratado pelo Feed Care Institute, que enfatizou a importância do tratamento industrial das sementes, que garante mais produtividade e segurança para as plantas. Uma aula diária de Informação, Ciência e Tecnologia na TecnoShow Comigo. **AR**



Espaço interativo Syngenta na TecnoShow Comigo 2022

Traive celebra com FAEG e SENAR!

Fintech de dados criada em 2018 inova com CRA Verde e vai lançar certificado em dólar e equivalente Carbono



Espaço TecnoShow para Traive, SENAR e FAEG falarem de Crédito e Segurança nos Riscos.

lançamento do 1º CRA Verde Tech do mercado mundial. Primeiro financiamento 100% digital do Brasil junto com uma indústria química. Parceria firmada com a Federação de Agricultura de Goiás (FAEG) e o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR) para estruturar modelos de captação de crédito para produtores rurais, além de treinamento de profissionais para as atividades. São apenas algumas das principais conquistas da Traive, plataforma fintech de dados criada em 2018 para viabilizar alternativas de crédito e investimentos no Agronegócio para produtores, revendas, distribuidores, indústrias e investidores. A empresa marcou presença na TecnoShow Comigo com uma equipe que participou de várias ações. Comemorou um ano de atuação ao lado da Federação de Agricultura e Senar de Goiás, em ações ligadas ao financiamento de energias alternativas, certificados verdes e créditos diferenciados. O Diretor de Marketing da Traive, Tiago Fischer,

relembrou os anos de fundação da fintech em 2018, a chegada ao Brasil em 2019 e as primeiras modelagens de riscos para os agentes e investidores do setor. “Nosso objetivo claro é ajudar os clientes a captar dinheiro no mercado, estruturando modelos de dados que ampara e assegura os investimentos pelos atores da cadeia. Sempre de olho nas demandas modernas exigidas por consumidores, empresas e países, como os negócios sustentáveis ambientalmente e socialmente falando”, assegurou. No espaço da TecnoShow destinado ao SENAR | FAEG, Tiago comandou uma homenagem a grupos que se destacaram no lançamento do Certificado de Recebíveis Agrícolas (CRA) Verde envolvendo as duas entidades, dentro do Conecta Campo, o programa do Senar Goiás que facilita o acesso dos produtores à tecnologia. Foram lembrados o Grupo Teles, Sementes São Francisco e Agro Facco. Profundo conhecedor da distribuição brasileira de insumos, o Diretor da Traive

falou sobre as conquistas até agora e os planos para 2022, em parcerias e lançamento de novos CRA’s Verdes. “A falta de análise de riscos e dados sempre foram entraves à entrada de investidores no Agronegócio. Nossa plataforma mensura bem os riscos, dá velocidade aos investimentos, cria oportunidades de crédito e fluidez à avenida de oportunidades ao produtor e às revendas. E todos acabam ganhando dinheiro com isso”, arrematou. **AR**



Tiago Fischer - “Nossa plataforma mensura bem os riscos”.

O show de ofertas da Ubyfol

A Ubyfol, multinacional brasileira especializada em nutrição vegetal, marcou presença na TecnoShow Comigo com várias atrações. Dinâmicas por meio de um simulador antideriva com o Disperse Ultra, produto que garante o máximo aproveitamento de nutrientes e defensivos nas pulverizações agrícolas. Simulação do Peso +, complexo nutricional que garante ganho de peso, melhor terminação e expansão dos grãos, possibilitando produções mais rentáveis. Soluções voltadas para as culturas de soja e milho, para altas performances de produtividade. Aminofosfito de Cobre, responsável pela indução de resistência, tornando a planta menos suscetível aos estresses bióticos e abióticos, fortalecendo seu sistema imunológico. N-32, solução que proporciona o crescimento da planta durante o período vegetativo e também favorece o processo

“ São 37 anos, uma bela jornada, que nos dá muito orgulho. E agora na retomada dos eventos presenciais, a rica troca de experiências e informações.”

Carlos Landerdahl,
Diretor de Marketing da Ubyfol

de enchimento de grãos na fase reprodutiva. MN-25, complexo de micronutrientes em pó solúvel, altamente concentrado em manganês, desenvolvido para suprir a demanda desse nutriente nas fases iniciais dos cultivos. Genizys, que auxilia no desenvolvimento inicial das culturas,

principalmente em seu sistema radicular. Potamol, fertilizante para as primeiras etapas da lavoura que viabiliza o processo de assimilação de nitrogênio pela planta, além de intensificar a formação de raízes. E Ignus, que combate o estresse vegetal decorrente da aplicação de herbicidas pós-emergente. “São 37 anos, uma bela jornada, que nos dá muito orgulho. E agora na retomada dos eventos presenciais, a rica troca de experiências e informações. O Agro busca alternativas sempre, em momentos difíceis, e a nutrição vegetal é grande alternativa, complementando os principais micro e macro elementos, na folha, no sulco, via solo, pensando na raiz. Opções que já existiam, mas agora foram reforçadas pelo momento histórico, de restrição de adubos. Porém, é tecnologia que veio para ficar. E temos mais novidades pela frente. Vocês não vão esperar nem um mês”, comentou Carlos Landerdahl, Diretor de Marketing da Ubyfol.



Ubyfol, uma jornada de 37 anos na nutrição vegetal

UBYFOL[®]
Excelência em Nutrição Vegetal

**LEVE
DOIS E
GANHE
MUITO
MAIS.**



**NÃO É PROMOÇÃO.
É BASE FORTE
DA MATURACÃO:
DUAS SOLUÇÕES
UBYFOL JUNTAS,
PROPORCIONANDO
GANHOS INDUSTRIAIS
E AGRONÔMICOS
INCOMPARÁVEIS.**

A Ubyfol inova mais uma vez e lança Base Forte da Maturação. Unindo nutrição aplicada e tecnologia, a solução entrega ganhos industriais e agronômicos expressivos, com resultados comprovados em laboratório e no campo. E gera resultado também na aplicação, muito mais prática e versátil. Entre em contato com nossos especialistas em nutrição e solicite Base Forte da Maturação para o seu canavial.



Encontre essas e outras soluções em:

www.ubyfol.com



Expodireto Cotrijal



Luciano Daher, da Syngenta.



Com Luciane Rheinheimer, da Syngenta.



Com Marcelo Ivan Schalbert.



Com Roberto França, do Bradesco.



Com Sandro Pinho, do Bradesco.



Marcelo Furtado, do Bradesco.



Marcelo Magalhães, do Bradesco.



Marguit Cristina, do Bradesco.



Nelson, da Sumitomo Chemical.



Rosana Queiroz e Renato Macedo.



Samuel Guerreiro, diretor de marketing, e Jeferson Oles, diretor técnico, da Brandt.



Riba Velasco, editor da Plataforma Agrorevenda.



Com André, da Sumitomo Chemical.



Com Christian de Abreu, Diretor de Operações Stara.



Com Cleiton Vargas, da Yara.



Com Erasmo Carlos, da Yara.



Com Evandro Carlos, da Fertilacqua-ICL.



Com Fernanda, da Mosaic.



Com Fernando Hansel, da Mosaic.



Com Francisco Turra, da Yara, e Riba Velasco, da AgroRevenda.



No estande da Yara com Francisco Turra e Erasmo Carlos.



Com Gilberto Medeiros, Fertilacqua-ICL.



Com Guilherme Giacomini, da Syngenta.



Com Ithamar Prada, da Fertilacqua-ICL.



Com João Benetti, da Yara.



Com Jorge Lemainski, da Embrapa.

12º Simpósio Nacional ASBRAM



Carlão com Ademar Leal, da Campo Rações.



Com Fabiana Vila Alves, do MAPA.



Com Gustavo Rezende Siqueira, homenageado com o Prêmio Excelência ASBRAM 2021, e Daniel Guidolin.



Com Juliano Sabella, atual presidente da ASBRAM, Ricardo Amorim e Daniel Guidolin, ex-Presidente da ASBRAM.



Elizabeth Chagas, Vice-presidente Executiva da ASBRAM.



Com Ricardo Amorim.



Ivan Wedekin e Felipe Serigati.



Nelson de Souza Santos, Presidente da Vaccinar.



Túlio Ramalho, Diretor Comercial Ruminantes DSM.



Com parte da Equipe do Grupo Publique.



Com Priscila Pontes, Gestora de Contas do Grupo Publique, e Vinicius Souza, da Inova.

Na Secretaria de Agricultura do Estado de São Paulo



Com Itamar Borges e Francisco Matturo, Secretário Executivo da Agricultura e Abastecimento no Estado.



Carlão no mural do Secretários de Agricultura.



Vinicius Godoy, do Grupo Publique, Bramond, assessor de imprensa da Secretaria de Agricultura do Estado de São Paulo e Carlão.

Brasil afora



Carlos Viacava e Ricardo Viacava, Nelore Mocho CV.



Com Vinicius Lummertz, Secretário de Turismo do Estado de São Paulo.



José Francisco Mourony Felício, Gerente Regional Bradesco Prime.



Sergio Schuller, Vice-presidente Ruminantes DSM.



Gabriel Saul, Gerente de Comunicação da IHARA.



João Paulo Tomás, Gerente Comercial Distrital da IHARA.



Com Cristiano Figueiredo e Robson, na UPL Brasil.



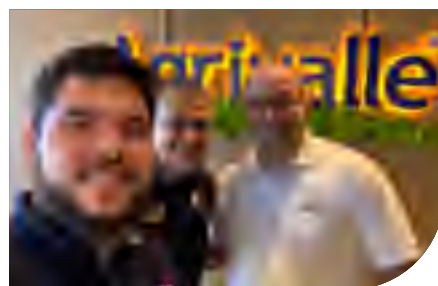
Com Luciana Roncato, em Rio Verde (GO).



Com Vinicius, do Grupo Publique, e Marcelo Magurno, Presidente da FMC.



Com Luiz Rossi, na AgRoss, em Campinas (SP).



Com Vinicius e o amigo Edsmar, da Agrivalle.

TecnoShow COMIGO



Com Antonio Chavaglia, Presidente da Comigo.



Ronaldo Caiado, Governador de Goiás.



Gracinha Caiado, Primeira Dama de Goiás.



João Carlos Marchesan, da Abimaq.



Luciano Jayme Guimarães, Presidente do Sindicato Rural de Rio Verde e Vice-Presidente da Federação da Agricultura e Pecuária de Goiás (FAEG).



Paulo do Vale, Prefeito de Rio Verde.



Presidente da Assembléia Legislativa de Goiás, Lissauer Vieira.



Ronaldo Caiado com o Carlão.



Deputado Lafayette de Andrada - MG.



Presidente da OCB, Marcio Lopes de Freitas.



Com Rinaldo Gonçalo Batiega, das plataformas do agronegócio do Bradesco.



Com Carlos Landerdahl, Diretor de Marketing da Ubyfol.



Com Gisele Delfino, engenheira agrônoma, RTV da Ubyfol.



Com equipe da Traive.



Com Wanderson Lima e Silva, da Taura.



Tiago Fischer, consultor.



Com autoridades da COMIGO e gerentes e diretores do Bradesco.



André Vital Simoni Wanderley, do Bradesco.



Dirceu Silva Rangel, do Bradesco.



Jorge Pereira Jawabri, da Lallemand e colaboradora da Biogénesis Bagó.



Com José Gonçalves do Amaral, Presidente da IHARA Brasil.



Marcelo Borges Lopes, Diretor Nacional de Vendas da John Deere.



Com José Antônio Volaco, Diretor Regional Cerrado da IHARA.



Com Marcos Gaio, COO da IHARA.



Com Elisberto Guimarães, gerente regional da Orion, e Riba Velasco, editor da AgroRevenda.



No estande da Ourofino Saúde Animal e Ourofino Agrociência com Leonardo Araújo.



Com Suelen Drumond Franco, gerente de sementes da Sumitomo Chemicals.

o que vem na próxima **AgroRevenda**

Ricardo Amorim no Simpósio ASBRAM

“Inflação, eleições e política internacional preocupam, mas o mundo precisa de alimentos. E ninguém está tão bem posicionado como o Brasil”

ANTONIO CHAVAGLIA

Presidente da Comigo fala sobre a cooperativa criada em 1975, em Rio Verde, no sudoeste de Goiás, e hoje uma das maiores organizações do agro brasileiro.

O CRESCIMENTO DAS COOPS

As grandes cooperativas agropecuárias do país apresentaram um notável crescimento no ano passado, mesmo com a crise mundial da covid. O que elas preveem para 2022?

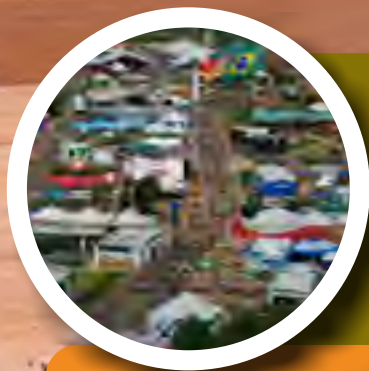
O CLIENTE ESTÁ MUDANDO

O engenheiro agrônomo André Dias, diretor da Spark e presidente da Agrisus – Agricultura Sustentável, analisa as mudanças no perfil do cliente das cooperativas.

REPRESENTAÇÃO

Em ano de disputa eleitoral, organizações cooperativistas intensificam campanha para aumentar a representatividade do setor, principalmente nas casas legislativas.





Feiras & Eventos

O ano das feiras! Brasil volta a respirar os grandes eventos do Agro e o Grupo Publique é parceiro das grandes marcas.

O desafio do Verão 2023

Cadeia planeja a safra de olho nas margens, no crédito, em tecnologia e um olhar diferente sobre os fertilizantes.



O Agro e o Consumidor

A visão das novas gerações sobre as atividades e os empreendedores do Campo e da Cidade.



Fazendo a diferença
Cresce no Brasil e no mundo o uso de animais em atividades terapêuticas.

Os atletas do Jockey
A rotina e os cuidados com os cavalos do Jockey Club de São Paulo.

Saúde Animal
A leptospirose é um risco potencial ao cão no meio urbano, que pode transmitir a doença aos humanos.

Atenção ao frio
O frio está se aproximando e os donos precisam cuidar para que os pets não sofram quando a temperatura cair muito.

EXCALIA MAX

UM GIGANTE EM PERFORMANCE

INOVAÇÃO PARA QUEM BUSCA O MÁXIMO DE PROTEÇÃO E PRODUTIVIDADE

- EFICÁCIA SUPERIOR NO CONTROLE DA FERRUGEM ASIÁTICA E DA MANCHA-ALVO
- PRODUTO SISTÊMICO COM EXCELÊNCIA NO CONTROLE DAS PRINCIPAIS DOENÇAS DA SOJA
- RAPIDAMENTE ABSORVIDO PELAS FOLHAS E RESISTENTE À LAVAGEM PELA CHUVA
- O MELHOR FUNGICIDA PARA PROTEÇÃO DO POTENCIAL PRODUTIVO DA SOJA



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



SUMITOMO CHEMICAL
SAC 0800 725 4011
sumitomochemical.com

SOLUÇÃO
AGRÍCOLA AO
CLIENTE

SUMITOMO CHEMICAL