

Nº 83 • ano XV

AgroRevenda

A Plataforma de Informação do Setor

GRUPO
PUBLIQUE
PRESENÇA TOTAL NO AGRO

A revolução das sementes

Cuidar da planta é tarefa obrigatória dos produtores que buscam nas revendas sementes de qualidade

Entrevista

Marcos Jank pede mais Brasil no mercado externo

Logística

Os Centros de Distribuição do futuro

Espaço Ourofino

Kleber Gomes, novo CEO da Ourofino Saúde Animal

Master LP

Maior período de proteção
é mais tempo para o
rebanho ganhar peso.

Com grande cobertura de ação
e 4% de Ivermectina, Master LP
combate parasitas internos,
auxilia no controle dos parasitas
externos e contribui para o
aumento da produtividade.
Por tudo isso, oferece a maior
concentração de resultados.



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

Nova
embalagem





CAIRO RODRIGUES / PUBLIQUE BANCO DE IMAGENS

Olá leitor!

Bem vindo aos tempos de sempre.

Sim, nada mudou nos últimos bilhões de anos no planeta Terra. Desde que nascemos, tudo é incerto. Muda. Evolui. Transforma-se. Surpreende.

Vence quem se assusta pouco. E se adapta. E aposta em trabalho, tecnologia, gestão, mensuração e resultados.

Escolher bem a semente, cuidar da planta, acompanhar a lavoura e os animais, atuar com os melhores parceiros e distribuidores de insumos, gerenciar as equipes, incentivar, estar ao lado. Planejar armazenagem, logística, comercialização e entrega bem feita.

Tudo isto está aqui descrito, página por página. Espero que goste e usufrua.

Boa leitura!

Riba Velasco
EDITOR

AgroRevenda

A Plataforma de Informação do Setor

PUBLISHER: Carlos Alberto da Silva | MTb 20.330

EDITOR: Riba Velasco | MTb 2.368

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

IMPRESSÃO: Melting Color

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

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

www.agrorevenda.com.br



PRESIDENTE E FUNDADOR: Carlos Alberto da Silva

www.publique.com



O agro não para. O Grupo Siagri também não.

Estamos ao lado do distribuidor,
nos desafios de hoje e do futuro.

Reduza desperdícios, mantenha a
operação funcionando e ganhe eficiência
com nossas soluções:



Universidade online
para capacitar seus
colaboradores quando
e onde você quiser

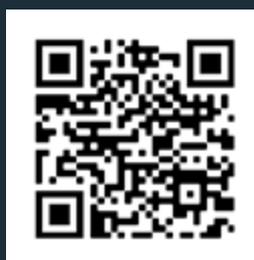


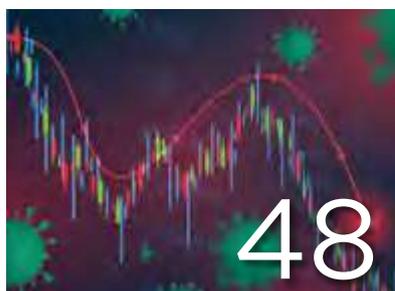
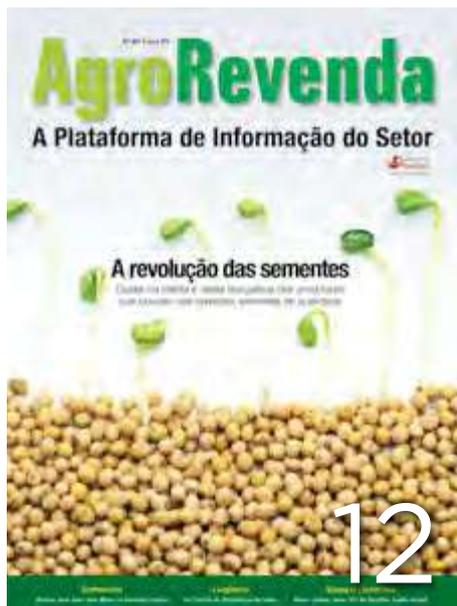
Aprovação de senhas
pelo celular para facilitar
a rotina dos gestores no
home office



ERP Siagri na
nuvem com nosso
parceiro Sky.One

Confira tudo o que preparamos para
apoiar seu negócio no cenário atual:





entrevista	08	Lemos & Oshai Consultoria	36
Marcos Jank		Agro na era dos negócios exponenciais?	
matéria de capa	12	business	46
A revolução das sementes		Os executivos que movimentam a indústria	
gestão	18	markestrat 1	48
Um instrumento para financiar o Agro		Os impactos do Coronavírus no Agro	
MPrado	20	markestrat 2	52
Desafios de um líder rural		Desenvolver pessoas é estratégico	
negócios	22	markestrat 3	54
Syngenta inaugura 2ª loja própria		Transformação Digital	
logística	24	revenda da vez	56
Os centros de distribuição do futuro		Agroquima - 50 anos de pioneirismo	
liderança	26	eventos	60
Liderança, um assunto antigo		Show Rural Coopavel e eventos que agitam o setor	
espaço DSM	28	empresas	74
Parceria vitoriosa com distribuidor e produtor		UBYFOL, excelência em Nutrição Vegetal	
distribuição	30	treinamento	76
Boas práticas compartilhadas		Desafios para o Agro!	
espaço Ourofino	32	visão	78
Kleber Gomes é o novo CEO da Ourofino Saúde Animal		Uma revolução chamada Etanol!	
prateleira	34	por onde andamos	80
Lançamentos de produtos		As imagens que marcaram o período	
crédito	35		
Penhorar safras é solução da inadimplência			

**Enquanto
o momento
é incerto.
Fique seguro
em casa.**



neODIGITAL



**O campo
segue firme
produzindo.**

Nosso reconhecimento aos agricultores, suas famílias
e a todos que trabalham e tiram o melhor da terra.



Marcos Jank - O eterno aprendiz do agro

“A presença do Brasil no cenário comercial internacional é vergonhosa”

Riba Velasco



Ele é demais. Simpático, inteligente, preparado, experiente, analítico e tímido. Tudo na dose exata. Um exemplo de como os novos e eficientes executivos e pensadores não se formam sentados em cadeiras confortáveis, dando ordens arrogantes, com ar de 'sabe tudo', achando que ser exigente é qualidade. É gente que sabe encarar de frente as mudanças, propor desafios conjuntos às equipes, ouvir as opiniões e visões diferentes, ser educado, respeitar a complexidade da mente humana, integrar em favor do bem e das decisões corretas.

Em maio de 2019, Marcos Jank pôs fim a quatro anos de aprendizado no misterioso mundo de grãos e carnes que simbolizam o Sudeste da Ásia e assumiu o posto de professor e pesquisador sênior de agronegócio global no Insper. Jank volta à escola para apoiar a criação de um novo centro de estudos estratégicos e capacitação, focado na dinâmica de crescimento desta região no mundo e na inserção internacional do Brasil. O Centro de Gestão em Políticas Públicas do Insper, lançado no início do segundo semestre do ano.

O Insper sabe o que faz. Marcos Jank é engenheiro agrônomo graduado pela Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, da Universidade de São Paulo (ESALQ-USP), Mestre em Política Agrícola em Montpellier (França), Doutor em Administração pela Faculdade de Economia e Administração (FEA-USP) e Livre Docente pela ESALQ. Passou quatro anos na Ásia representando as associações de exportadores agroindustriais do Brasil e apoiando a expansão da BRF

naquele continente. Antes disso, já havia presidido a União da Indústria da Cana-de-Açúcar (UNICA) e fundado o Instituto de Estudos do Comércio e das Negociações Internacionais (ICONE), um dos principais 'think-tank' de análise do comércio exterior do Agro Brasil. Atuou, também, como especialista em Integração e Comércio no Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e integrou diversos conselhos no país e exterior. Hoje, atua como conselheiro da Rumo Logística, Comercio Energia e do International Food Policy Research Institute (IFPRI), em Washington (EUA). Liderou projetos do Banco Mundial, Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO), Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e outras organizações internacionais. Durante quase vinte anos, Jank foi professor associado da Universidade de São Paulo, nas faculdades de Economia e Administração (FEA) e de Ciências Agrárias (ESALQ), durante os quais estudou e lecionou na Europa e nos Estados Unidos. Ele assumiu, também, o ciclo 2019 em sistemas agropecuários integrados da Cátedra Luiz de Queiróz, da ESALQ-USP.

Com os pés firmados novamente no país, Marcos roda o Brasil em palestras e debates. Ensina o que aprendeu na vida. O Brasil é um país vitorioso no agro mundial, mas importa pouco, não tem relações comerciais com nações importantes, tem uma economia muito fechada e não fez a lição da inserção internacional aprendida por gente esperta como australianos, chineses, chilenos, neozelandeses, americanos, etc. A Plataforma AgroRevenda encontrou Marcos Jank falando sobre um mundo novo de produção, comércio, tratados e relacionamento sadio e maduro entre

economias modernas do futuro. Para ele, temos que comprar mais insumos agropecuários no mercado internacional, abandonar o isolacionismo ideológico e fazer negócios com os player's do futuro: China, Índia, Japão, Coreia do Sul, Indonésia, países africanos. Se eu fosse você, leria o que pensa o Jank. Acompanhe.

AgroRevenda - Quatro anos morando na Ásia. Como foi?

Marcos Jank - Os temas inserção internacional, meio ambiente e sustentabilidade são relevantes para o Agronegócio do nosso país. Volto depois de quatro anos e, na Ásia, pude acompanhar a visão que eles têm do mundo e, principalmente, sobre o que está ocorrendo no planeta envolvendo a agricultura e os alimentos naquele continente. Voltei ainda mais convencido de que precisamos ter estratégia, visão de futuro, estrutura organizada para lidar com esses desafios. E ninguém necessita mais disso do que o Agronegócio brasileiro, mesmo sendo uma história de sucesso até agora. Somos um importante ator da economia nacional, de longe o mais internacionalizado, terceiro maior exportador do planeta, vendemos para duzentos países, o que nenhum outro setor consegue realizar, e gerindo com competência os recursos naturais, energia, bio energia. Com agricultores competentes, motivados, que enfrentaram a migração para fronteiras agrícolas espalhados pelo Brasil inteiro, sem nenhuma infraestrutura, como foi o caso do Centro Oeste brasileiro, sempre no sentido de alimentar o país e o mundo inteiro, que vai ter 9 bilhões de pessoas em 2050.

AgroRevenda - E o que mudou?

Vamos viver tempos difíceis, cenários turbulentos, guerra comercial. Os dois gigantes se acertando, dançando ou brigando, com gran-

“A Europa não é mais o destino do Brasil. E sim com Oriente Médio, Ásia, China e África”

des impactos sobre o Agro brasileiro porque a China é o nosso maior mercado e os Estados Unidos nosso principal competidor lá. Se eles fazem um acordo, pode afetar nossos negócios. O multilateralismo em cheque, na OMC (Organização Mundial do Comércio), no próprio Clima, com vários países questionando a questão climática, a ausência brasileira de acordos comerciais. Nos últimos vinte anos, não assinamos um só acordo relevante. Não estamos cobertos como estão o Chile, a Austrália, Europa, os Estados Unidos. Demos mais importância à ideologia do que ao comércio e à integração.

AgroRevenda - Mas o país vem se destacando nas vendas externas faz tempo...

Porém, somos muito dependentes de poucas commodities. São quatro setores, na verdade. Soja, carnes, açúcar e florestal representam 80% de tudo o que vendemos ao exterior. Fazemos pouco em valor adicionado. Somos bastante eficientes para dentro da porteira da fazenda, mas perdemos força dali para frente. O processamento é muito semelhante ao resto do mundo, a logística é muito pior e a presença internacional é nula. E vergonhosa.

“Dos 10 maiores exportadores do Agro, o Brasil é o que menos compra, o único com uma diferença tão gritante na balança de comercialização”

Passei quatro anos na Ásia e eu era o único representante de uma entidade do agro naquele continente. Nenhuma outra tinha representação fixa, digo pessoas presentes. Enquanto os australianos têm 60 escritórios na China, só o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA) mantém doze adidos agrícolas na China, sessenta pessoas, quatro escritórios. A representação nossa é muito pequena pelo tamanho que temos.

AgroRevenda - O que fazer?

Precisamos de mais internacionalização, portanto, empresas, associações e visão estratégica de longo prazo porque lidar com a China não é um assunto simples, para hoje ou amanhã. Leva muito tempo.

AgroRevenda - Então, qual a agenda para o Agro Brasil?

Temos que focar os países emergentes, o agronegócio depende deles, é lá que estão as bocas que hoje estão se urbanizando ou nascendo. Precisamos lidar com a China, ter negócios com os Estados Unidos e ficar a uma distância prudente da contenda entre os dois gigantes. Não podemos optar por um ou outro. Construir uma relação com os chineses, que são nossos melhores clientes, e, ao mesmo tempo, discutir temas como bioenergia e segurança alimentar com os EUA, que é onde aprendemos muito do que fazemos hoje em Agricultura.

AgroRevenda - O que mais?

Abertura comercial, mais inserção inter-

nacional e retomada das negociações comerciais, que é um tema que ficou parado nos últimos 20 anos. No âmbito do Agronegócio, exportamos 102 bilhões de dólares e importamos apenas 14 bilhões. É o maior superávit comercial do planeta. Vendemos sete vezes mais do que compramos. E não acho isso bom. Em toda mesa de negociação que a gente vai, pedimos acesso aos nossos produtos. Frango, suíno, açúcar, etanol, etc. E o pessoal do outro lado fala que também quer vender um pouco para a gente de trigo, café, coco. E sempre falamos que não dá, temos problemas com alguns setores internos, etc. Acaba que não avançamos, não fazemos a barganha necessária. Veja o exemplo americano. Eles são os maiores exportadores do setor, US\$ 160 bilhões. Mas compram muito, mais do que a China até. São US\$ 180 bilhões. E nós só importamos 7% deste valor. A Europa importa bem mais do que exporta. A China exporta muito, mas compra cada vez mais. O Canadá exporta bastante, mas tem uma balança mais equilibrada. Enfim, dos dez maiores exportadores do segmento, o Brasil é o que menos compra, o único com uma diferença tão gritante na balança de comercialização.

AgroRevenda - O que fazer efetivamente?

Temos que passar por este processo de inversão e importar, principalmente insumos, que é fundamental para o custo de produção da nossa agricultura. E encarar de frente que a geografia mundial de hoje é outra. Nossos clientes agora estão na Ásia e não na

Europa. Eu chamo de 'holofotes do presente'. O leste da Ásia, com destaque para China, Japão e Coreia do Sul. O sudeste da Ásia, com dez países que somam 640 milhões de habitantes e crescem 6% ao ano. E temos pouquíssima relação com eles, precisamos de mais estratégia aqui. Por fim, o Oriente Médio com quem já temos um relacionamento histórico. Juntas, são regiões que representam 2,6 bilhões de habitantes, importam US\$ 420 bilhões em agro, sendo só 10% do Brasil. Precisam ser o nosso foco de acordos bi-regionais, bi-laterais, parcerias estratégicas. Interessam demais, já são o presente. E o holofote do futuro, que é o sul da Ásia, onde está a Índia, com quem praticamente não temos relação, mesmo representando US\$ 117 bilhões de comercialização, sendo apenas 8% com o Brasil. Conhecemos pouco esses países mesmo sendo sede de 70% da população mundial, para onde temos que olhar, sendo a maior demanda de agro nos próximos anos.

AgroRevenda - Vai ser fácil?

Teremos dificuldades. Logicamente, oferecemos alguns produtos mais fáceis, como soja, algodão, café, mas temos outros com grandes dificuldades de acesso e margem, como etanol, açúcar e carnes.

AgroRevenda - E as importações?

Elas não estão caindo, mas estão estacionadas. Pegam algumas cadeias produtivas, tarifas que vão de 10 a 27%, a maior no caso do leite, mas, em meu entendimento, num processo de abertura e negociação precisamos ganhar produtividade. Não entendo como o Brasil é competitivo em carne de frango e bovina e não é em Pescado e Leite, que estão entre os itens que mais compramos. A competição, abertura, inserção pode se dar em todas as áreas que hoje são importadoras. E não

“Temos que trazer tecnologias de fora, acelerar um processo de redução tarifária, abertura comercial e, com isso, reduzir o custo de produção na agricultura”

ficar protegendo setores aqui dentro, isso não faz sentido. Temos que abrir a nossa economia e deixar de lado o pensamento de quem faz pressão e insiste em proteger.

AgroRevenda - Quem vende para a gente? A maior parte das importações vem do Mercosul, por causa das tarifas mais baixas, com 32%, e depois Europa, com 22%. E há um pequeno crescimento em outras áreas, que são importantes

porque são países que também vão comprar nossos produtos. A parte mais relevante é a de insumos. São vacinas, fertilizantes e macronutrientes. Temos que trazer tecnologias de fora, acelerar um processo de redução tarifária, abertura comercial e, com isso, reduzir o custo de produção na agricultura.

AgroRevenda - Devemos abrir e depois negociar acordos ou negociar para depois fazer acordos?

No mundo de hoje é complicado. Ficamos parados durante vinte anos. E, quando vamos negociar, surge a agricultura como empecilho. O Japão fez dezoito acordos comerciais e nenhum conosco porque sabe que vai ter impacto na Agricultura. Não podemos esperar que uma negociação aconteça. A tarifa média do Brasil é muito alta e com pouquíssimos acordos. A Austrália, por exemplo, tem apenas 3% de tarifa média e consegue negociar acordos muito interessantes para eles. Acordos não são apenas tarifas. Trazem outras oportunidades. Quem abriu a economia conseguiu negociar acordos interessantes. Como Canadá, Chile, Austrália, Nova Zelândia. E o

agronegócio tem que puxar essa fila, puxar esse debate. Se depender das outras áreas, não vai acontecer. Temos alguns acordos em pauta atualmente, mas eu lembro, mais uma vez, que a Europa não é mais o destino do Brasil. Não vamos ganhar grande coisa com isso, nem com os americanos, que são nossos concorrentes. E sim Oriente Médio, Ásia, China e África. **AR**



Marcos Jank

- Engenheiro agrônomo
Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz – USP
- Mestre em Política Agrícola em Montpellier (França)
- Doutor em Administração Faculdade de Economia e Administração (FEA-USP)
- Livre Docente pela ESALQ
- Presidiu a União da Indústria da Cana-de-Açúcar (UNICA)
- Fundou o Instituto de Estudos do Comércio e das Negociações Internacionais (ICONE)
- Especialista em Integração e Comércio no Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID)
- Conselheiro da Rumo Logística, Comercio Energia e do International Food Policy Research Institute (IFPRI), em Washington (EUA)
- Liderou projetos do Banco Mundial, FAO, PNUD, OCDE
- Professor associado da Universidade de São Paulo | FEA e ESALQ

MUNDO AGRO

- Brasil exporta US\$ 102 bilhões de dólares | Importa US\$ 14 bilhões
- Vende sete vezes mais do que compra
- EUA exportam US\$ 160 bilhões | Importam US\$ 180 bilhões
- ‘Emergentes da inserção’: Canadá, Chile, Austrália, Nova Zelândia
- ‘Emergentes do consumo’: Oriente Médio, Ásia, China, Índia e África
- Mercado Ásia e Oriente Médio: 2,6 bilhões de habitantes | Importam US\$ 420 bilhões | Apenas 10% do Brasil

IMPORTAÇÕES AGRO BRASIL

- Mercosul: 32%
- União Europeia: 22%
- Tarifas médias: de 10 a 27% | Leite tem maior tarifa

A revolução das sementes

Cuidar da planta é tarefa obrigatória dos produtores que buscam nas vendas sementes de qualidade



Segmento movimentado perto de US\$ 5 bilhões por ano.



A primeira grande revolução agrícola tratou dos defensivos, há setenta anos, que passaram a proteger as lavouras de pragas e animais. Depois, vieram as máquinas, o melhoramento genético, o preparo do solo, os transgênicos, o plantio direto e o manejo integrado. Agora, duas novas ondas germinam com força na agricultura brasileira e mundial. Uma é a Internet das coisas, equipamentos digitais conectados e ultramodernos. A outra trata da vida. Da origem da vida, para ser mais exato.

“Em dez anos, o mercado de sementes evoluiu muito devido aos avanços tecnológicos que a indústria passou a trazer para o agricultor e a maioria destes avanços usa a semente como veículo para entregar este valor extra. Em nossa empresa, por exemplo, o segmento é fundamental e responsável por 56% do faturamento global”, sintetiza com maestria Frederico Barreto, líder de Marketing para a Plataforma de Sementes da Corteva Agriscience Brasil e Paraguai, que entra no segundo ano como empresa independente. Não é à toa. A companhia é dona do maior banco de germoplasma de milho do mundo e conta com 26 unidades no Brasil e Paraguai, entre centros de pesquisas para sementes e proteção de cultivos, operações e administrativo. “Temos grandes planos para o Brasil nesse setor”, completa animado.

A ideia fixa desse movimento é uma só. Tirar do campo plantas mais vigorosas, que passam melhor pelas adversidades e proporcionam um maior número de grãos. E sementes de forrageiras com melhor qualidade, superiores, dando origem a uma pastagem de qualidade, melhor aproveitamento pelos animais de leite e carne. O objetivo? Mais lucro e resultados para o empreendedor rural.

O setor de sementes e mudas do Brasil é o terceiro do mundo em faturamento com movimentação de US\$ 7,6 bilhões ao ano. Fica atrás apenas dos Estados Unidos, com US\$ 12 bilhões, e a China com US\$ 10,8 bilhões. Na safra 2018 | 2019, a produção alcançada foi 7,9 milhões de toneladas, um salto de mais de 70% sobre a safra anterior. 2.200 produtores fornecem sementes e 4.663 são responsáveis pelas mudas.

E são as sementes de alta qualidade que proporcionam mais segurança ao agricultor, pois garantem um estante rápido e uniforme no campo. Elas germinam mais rápido, geram plantas normais e bem desenvolvidas, uniformes e com alto potencial produtivo,



Frederico Barreto, líder de Marketing Plataforma Sementes da Corteva Agriscience Brasil e Paraguai: “Grandes planos para o setor.”



Sementes tratadas: novas tecnologias protegem a planta e garantem germinação.

mesmo sob condições adversas. Aline Clemente, Gerente do Laboratório de Análise de Sementes da Fertiláqua, explica que esta qualidade exige quatro fatores. Física, com sementes livre de impurezas e contaminações por outras espécies. Fisiológica, que é o alto potencial germinativo e vigor. A genética, que garante a pureza genética do lote, e a sanitária, que garante material livre de pragas e doenças. “O conjunto destes fatores confere melhor desempenho do lote. Por isso, é fundamental conhecer muito bem as sementes que serão utilizadas no plantio, para que a produtividade seja sempre elevada”, reforça. A empresa criou o ‘Programa Sementes de Verdade’ para proporcionar maior segurança na lavoura. E é exigente. Lotes aprovados devem apresentar índices de no mínimo 95% de germinação, com 70% de sementes nas classes mais alto e alto vigor pelo Tetrazolio e ainda 90% de vigor pelo Envelhecimento acelerado. “Fazemos parcerias com sementeiras, identificamos os melhores lotes por meio de análises em laborató-

rios próprios credenciados e emitimos um selo de qualidades para os que atingem padrão de germinação e vigor acima dos encontrados no mercado”, conta Aline.

A semente é a formação dos vegetais superiores, nasce do desenvolvimento do óvulo após a fecundação das plantas gimnospermas ou angiospermas. No seu interior, encontra-se o embrião,

que dará origem a uma nova planta após a fecundação. Ela é formada pelo tegumento (ou casca), amêndoa, embrião e albúmen. A amêndoa é a principal parte da semente, constituída, em geral, por embrião e albúmen. O embrião é o responsável por originar um novo vegetal, quando há germinação da semente. E o albúmen a reserva alimentar acumulada na semente.

As principais funções das sementes são garantir a proteção do embrião e fornecer-lhe os nutrientes necessários para o seu desenvolvimento inicial, quando acontece a germinação. As plantas são limitadas para buscar condições favoráveis para o seu crescimento. Por esta razão elas desenvolveram diversas formas de dispersão e distribuição por meio das sementes, seja na terra, na água ou até mesmo em rochas. E se manter em enquanto houver condições favoráveis à germinação e ao crescimento. Proteger essa riqueza é a nova ordem do Agro. E meta explícita da Sementes Oeste Paulista, a SOESP, empresa especializada em sementes de forrageiras tropicais, para formação de pastagem e uso em sistemas integrados (Integração Lavoura – Pecuária - Floresta). Produção de dez cultivares de Brachiaria, sete de Panicum e um de Andropogon. Todas, exceto Andro-



Andreza Cruz, Engenheira Agrônoma SOESP: “Semente boa garante sempre produtividade elevada.”



Aline Clemente, gerente do Laboratório de Análise de Sementes Fertiláqua: "Perseguindo padrão de germinação e vigor."

pogon, disponíveis com o tratamento Advanced. "Sementes representam o menor custo em uma reforma de pastagem. Se a formação ficar irregular, vai ser preciso refazer o plantio, gastar mais. Ter eficiência e pasto de qualidade começa com a escolha da cultivar correta e um bom manejo. Com sementes de qualidade, o produtor evita levar para a propriedade plantas daninhas, doenças e pragas que podem estar em sementes impuras e sem beneficiamento. Além de ficarem suscetíveis ao ataque de formigas e cupins, que são comuns em áreas de pastagem", alerta a Engenheira Agrônoma Andreza Cruz. E o investimento vai ser ampliado com o uso das novas tecnologias de proteção, como o SOESP Advanced, oferecido pela empresa.

"Assim, levamos ao produtor praticidade, pureza e menor custo do hectare plantado. O tratamento inclui inseticida, fungicida, além de grafite e polímeros que garantem sementes uniformes, inteligência na absorção de água, baixa aderência, adaptação e resistência ao atrito em qualquer maquinário de plantio. O que potencializa o número de sementes viáveis na área", acrescenta Andreza. E é a revolução chamada ILPF, que já domina quase 15 milhões

“Fazemos parcerias com sementeiras, identificamos os melhores lotes por meio de análises em laboratórios próprios credenciados e emitimos um selo de qualidade para os que atingem padrão de germinação e vigor acima dos encontrados no mercado.”

de hectares no Brasil, que esquentam o mercado de forrageiras. "Sementes com melhor qualidade resultam em um estabelecimento a campo superior, pastagem de qualidade, melhor aproveitamento pelos animais", concorda Marcelo Laurente, diretor comercial da ATTO Sementes, que atua com braquiária, crotalária e azevém. "Trabalhamos com cultivares da Embrapa que, em parceria com a UNIPASTO, está desenvolvendo e estudando cultivares novos para o semiárido e também para sistemas integrados de produção", emenda a agrônoma Andreza.

E a Ciência também avança veloz quan-

do o assunto é grão. Aqui, é jogo buto, para pesos pesados. A gigante Long-Ping High-Tech disponibiliza ao Brasil um portfólio de híbridos de milho para o mercado de grãos e silagem, sendo 18 comercializados pela marca Morgan e 20 pela marca Forseed. "Temos duas marcas Premium, Morgan e Forseed, vitrines tecnológicas no agro brasileiro, proporcionando resultados acima da média em produtividade, com estabilidade, sanidade e qualidade do grão. No ano passado, a Morgan conquistou a segunda posição em market share no Brasil na segunda safra e a liderança em vendas no Paraná e em São Paulo. A Forseed completou um ano no



Marcelo Laurente, diretor Comercial ATTO Sementes: "Plantas mais vigorosas e forrageiras de qualidade dão mais lucro."



Aldenir Sgarbossa, presidente da LongPing High-Tech no Brasil e na América Latina: “Genética aprimorada e biotecnologia PowerCore.”

“A Forseed completou um ano no mercado brasileiro, com uma aceitação bem acima do esperado na safra verão e segunda safra. Alcançando médias superiores a 80 toneladas por hectare no Paraná.”

mercado brasileiro, com uma aceitação bem acima do esperado na safra verão e segunda safra. Alcançando médias superiores a 80 toneladas por hectare no Paraná. Ambas com genética aprimorada e biotecnologia PowerCore™ Ultra, solução para controle de pragas e manejo de plantas daninhas”, comemora entusiasmado Aldenir Sgarbossa, presidente da LongPing High-Tech no Brasil e América Latina.

Um ânimo semelhante ao do Grupo ATTO, que vem com portfólio completo de sementes para a safra 2020, 24 cultivares de soja das principais genéticas do mercado. Cultivares de diversos ciclos, convencionais, RR ou intactas, e também com diferentes tipos de resistências a nematoides. Expectativa de contribuir para o sucesso dos clientes. “Qualidade” é um termo muito amplo. Gostaria de destacar a importância do Vigor. Na cultura da soja, o uso de sementes de alto vigor proporciona acréscimos de até 35% na produtividade. Emergência mais rápida e uniforme, explorando todo o ambiente, gerando plantas mais vigorosas, que passam melhor pelas adversidades e propor-

cionam um maior número de grãos. Podemos dizer que cada ponto de vigor representa aproximadamente 0,5sc/ha na produtividade da soja”, defende Marcelo Laurente.

O milheto é outra aposta da empresa, híbridos para diferentes mercados, embasados por um Programa de Melhoramento próprio, sediado no Centro de Pesquisa BAM Melhoramento, em Campo Grande (MS). Na última ‘safrinha’, chegaram os Híbridos Graníferos, opção ótima pela produção de grãos de ótima qualidade nutricional, gerando renda para o produtor, além de formar palhada de qualidade, reciclar nutrientes e redução de nematoides. Uma cultura muito completa para o Cerrado. Para o Sul e Sudeste, variedades para pastagem de verão, na pecuária de Leite e Corte. “E ainda oferecemos o Plantup, plataforma digital colaborativa de compartilhamento de informações para auxiliar o agricultor nas tomadas de decisão e aumentar a competitividade. Já são 6 milhões de hectares cadastrados no Brasil e agora começam os cadastros no Paraguai. É o agricultor fazendo cada vez melhores escolhas”, aponta.

E opções não vão faltar nas fazendas se depender da Corteva Agriscience. Sementes para soja, milho e sorgo, além de dois eventos biotecnológicos para algodão, Widesrike e Widesrike3, oferecidos por obtentores genéticos da licença. “É uma plataforma robusta, com as marcas Pioneer, Brevant Sementes e Cordius. A Pioneer foi a primeira empresa do mundo a produzir e comercializar milho híbrido e conta com mais de 250 representantes no Brasil. A Brevant foi lançada no Brasil em 2018 e é a marca que mais cresceu na safrinha de milho, em 2019. As duas marcas utilizam as tecnologias PowerCore™ Ultra e Leptra®, com amplo espectro de proteção contra lagartas, bem como o tratamento com Dermacor® e Poncho, para aumentar a segurança contra pragas iniciais e a produtividade com melhoria do stand final de plantas. E a Cordius, marca de licenciamento de sementes da Corteva, lançada no Brasil em junho de 2019 e busca levar nossa genética de soja por meio de multiplicadores de sementes independentes, sob licenciamento de germoplasma”, detalha Frederico Barreto. Que ainda lembra a inauguração no ano passado do

primeiro Centro de Tecnologia de Tratamentos de Sementes (CSAT) na América Latina, localizado em Formosa (GO).

Os lançamentos também embalam os planos da LongPing High-Tech, que pretende reforçar o posicionamento na especificidade, considerando microclima, solo, pressão de pragas e doenças, entre outras características da localidade. “Temos vários lançamentos previstos para este ano. Estabilidade e sanidade para as principais doenças, como as viroses; ampla adaptabilidade para diversas condições de plantio; stay green pronunciado e opção para plantio tardio na segunda safra, principalmente em lavouras de alto investimento”, afirma Aldenir Sgarbossa.

Uma das principais marcas das pesquisas realizadas pelas empresas é o intenso relacionamento com os produtores, na lavoura, e a procura por adaptações às características de solo e clima de um país imenso como o Brasil. “Todos os anos fazemos testes na realidade do agricultor, para avaliar o impacto do vigor da nossa semente na produtividade comparado à semente padrão que ele utiliza. Estamos muito contentes com o resultado. Nas últimas três safras, foram testadas mais de 570 áreas em todas as regiões do cerrado e nossas sementes produziram, na média 3,6 sacas a mais em 83% dos casos”, adianta o diretor ATTO. “É notória a evolução da cultura do milho no Brasil e temos investido fortemente para acompanhar esse ritmo com novas soluções que impulsionem toda a cadeia de valor”, esclarece Aldenir Sgarbossa. “É desta forma que acreditamos estar enriquecendo a vida dos produtores rurais e melhorando a oferta de alimentos no mundo”, conclui Frederico Barreto. 

MERCADO DE SEMENTES

- # Mundial: movimentação mais de US\$ 40 bilhões por ano
- # EUA: US\$ 12 bilhões
- # China: US\$ 10,8 bilhões
- # Brasil: movimentação US\$ 7,6 BILHÕES
- # Brasil: 7,9 milhões de toneladas por ano
- # 2.200 produtores fornecem sementes | 4.663 produzem mudas
- # Área plantada de agricultura 64 milhões de hectares
- # Entidade representativa: Associação Brasileira de Sementes e Mudanças (ABRASEM), fundada em 1972



QUALIDADE

- # Física: sementes livres de impurezas e contaminações por outras espécies
- # Fisiológica: alto potencial germinativo e vigor
- # Genética: garante a pureza genética do lote de sementes
- # Sanitária: sementes livres de pragas e doenças



PIRATARIA

A venda ilegal de sementes causa um prejuízo de quase R\$ 3 bilhões para o Agro e compromete o alto índice tecnológico das lavouras do Brasil. Na verdade, trata-se de grãos comuns, vendidos sem qualquer garantia de qualidade fisiológica, sanitária ou genética, e que arrastam para as lavouras pragas e doenças difíceis e caras de controlar. O problema atinge alguns dos principais grãos produzidos no país, como soja, milho, trigo e feijão. Segundo a Associação Brasileira dos Produtores de Sementes e Mudanças (AbraseM), o Brasil está entre os países latino-americanos em que a pirataria tem maior incidência. Estima-se que 30% de todas as sementes lançadas ao solo, a cada ano, sejam ilegais. Jogando pelo ralo o controle de ervas daninhas e doenças. E anos e anos de trabalhos de pesquisa. Uma campanha nacional foi lançada no ano passado, ‘Semente Pirata Espanta Produtividade’, para esclarecer os riscos que o produtor corre ao adquirir sementes no mercado paralelo. Todo ano, a Associação Brasileira Produtora de Sementes e Mudanças (ABRASEM) recebe quase 60 denúncias de todas as regiões do país.



No Brasil, mais da metade do cultivo de feijão é plantado de forma ilegal. E na soja, 35% das sementes adquiridas têm origem no mercado paralelo. E pensar que uma semente de soja leva em média de 6 a 8 anos para ser desenvolvida e disponibilizada no mercado. O custo do processo é alto. O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) permite que o agricultor salve parte da produção para usar como semente. A reserva, contudo, é somente para uso próprio e exclusivamente na safra seguinte, em quantidade compatível com a necessidade para semeadura nas áreas da propriedade em posse do agricultor. Qualquer situação que não esteja nesses termos é considerada crime. Denúncias podem ser feitas no site www.abrasem.com.br/denuncias Por meio de um formulário, o fato será encaminhado ao Ministério da Agricultura para averiguação. Outra forma é acionando a Ouvidoria do MAPA pelo telefone 0800 704 1995 ou no site www.agricultura.gov.br/ouvidoria.

Um instrumento para financiar o Agro

Nossa série de três artigos sobre Financiamento do Agro abordou o Crédito e agora analisa o Barter, uma operação que reduz as taxas de inadimplência para as revendas

Não temos como falar em operações do Agronegócio sem mencionar a operação de Barter. Em termos simples, na Agricultura, Barter é a troca de insumos por grãos. É quando o produtor realiza a compra de seus insumos (conhecido como pacotes tecnológicos) antes do plantio, em geral (fertilizantes, sementes, químicos, até mesmo máquinas agrícolas) e, após a colheita, parte dos produtos colhidos desta produção (soja, milho, etc.) é entregue ao credor como pagamento, ou seja, a moeda de pagamento do Barter é o grão.

Para formalizar a negociação, o produtor, cooperativa ou associação tem a possibilidade de emitir a Cédula do Produto Rural (CPR), onde constará a descrição da troca do produto, quantidade e o compromisso de entrega. É uma garantia para a empresa fornecedora dos insumos, pois a quitação da CPR só ocorrerá com a entrega total física da mercadoria (soja, milho, etc.).

É uma operação vantajosa para o agricultor, pois ele pode comprar os insumos para a sua safra sem tirar dinheiro do bolso. O Barter pode ser feito com uma imensa variedade de mercadoria, como, soja, milho, gado, etanol, energia, em outras palavras, tudo vira moeda de troca.

Como funciona essa estrutura de operação de Barter? Na prática, normalmente, temos três partes interessadas nessa operação:

- O Fornecedor de insumos. Ele vende o pacote tecnológico em troca de receber o grão posterior à colheita (claro que com aprovação de crédito);

- O Produtor Rural, que, inicialmente, emite a CPR em favor do fornecedor. Com os insumos adquiridos, fará o plantio e, após a colheita do grão, irá entregar a quantidade determinada na CPR ao fornecedor para pagamento dos insumos adquiridos.

- A Trading origina contratos futuros com o Fornecedor, ou seja, o fornecedor, assim que realiza o fechamento do contrato de Barter com o produtor rural, também firma uma formalização com a Trading, fixando o preço do grão e se comprometendo a entregar a quantidade do grão para a mesma, que, após esta entrega, realizará o pagamento para o Fornecedor.

E quais os benefícios da operação de Barter?

Segurança – Protege contra as variações de preço do grão a ser produzido, visto que há travamento de preço da commodity via “hedge”.

Liquidez – O produtor rural não precisa se preocupar com refinanciamento para capital de giro.

Câmbio – Protege contra oscilações do câmbio, visto que o pagamento é efetuado em grãos (a quantidade já é determinada quando da emissão da CPR).

Taxa de juros – Como toda a operação é travada via “hedge”, na emissão da CPR, não há incidência de juros.

Na minha experiência de mais de 10 anos atuando com esta ferramenta, é possível dizer que o Barter é muito mais que um instrumento de financiamento do agronegócio. Ele se tornou um mecanismo de estratégia comercial para garantir margem de lucro para todas as partes envolvidas. As operações de Barter minimizam os riscos para o produtor rural e reduzem as taxas de inadimplência para as revendas. **AR**

GLOSSÁRIO

- **CPR:** Cédula de Produto Rural, título de crédito de promessa de entrega de produtos rurais.

- **Commodities:** itens que atuam como matéria-prima para geração de outros produtos ou subprodutos. Soja, milho, trigo e café.

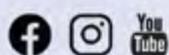
- **Hedge:** Significa proteção, uma estratégia diante das oscilações de preços.

Karoline Miranda - Advogada na Zambiazi Advogados e especialista em Crédito no Agronegócio.
Instagram: @karol_miranda_advogada

Você pode
teclar,
assistir,
compartilhar,
comentar,
interagir,
se informar e,
até mesmo,
folhear.

É só assinar
a única
plataforma
de informação
do setor.

Revista AgroRevenda
Portal AgroRevenda
AR News
Canal AgroRevenda
Papo de Prateleira



www.agrorevenda.com.br

Fale conosco:
(11) 9 9364 1398 com Amanda
publique@publique.com



AgroRevenda

A Plataforma de Informação do Setor

Desafios de um líder rural

O ideal é deixar os colaboradores resolverem os problemas e criarem seu próprio espaço na empresa



Já é de conhecimento de todos o tamanho da importância do agronegócio para o desenvolvimento socioeconômico brasileiro, tanto no passado como no contexto atual da economia globalizada e competitiva. Diversos indicadores do desempenho da economia brasileira são frequentemente divulgados na mídia e em estudos acadêmicos, fundamentando tal argumento. Podem-se citar, dentre outros, a participação expressiva do agronegócio no Produto Interno Bruto (PIB), na geração de empregos que promove a distribuição de renda, nas exportações e a considerável contribuição para a balança comercial brasileira. Por outro lado, merecem ser consideradas, nesse contexto, as pressões e as transformações por que passam os líderes ou gestores rurais. Neste artigo, o foco são os desafios ligados à administração da equipe de profissionais.

Delegar funções - Delegar funções às pessoas corretas é parte fundamental do trabalho de um líder. Porém, esta é uma lição difícil de aprender, especialmente para aqueles que construíram seu negócio desde o início. Logo quando você começa, você acha que pode administrar e controlar sozinho tudo o que sua propriedade produz. Afinal de contas, todo mundo gosta de um líder que trabalha duro. Um líder que está sempre presente, que pode fazer tudo. Todos ouvimos repetidas vezes o mantra de liderar pelo exemplo, mas haverá algum ponto ao longo da estrada em que isso não funcionará do jeito que costumava funcionar. Isso porque a atividade agrícola envolve inúmeras atividades e, com o crescimento do negócio, o líder, simplesmente, não pode se envolver em cada trabalho operacional.

Se ele tentar, só vai se exaurir física e mentalmente, e não poderá gerenciar sua equipe como costumava, criando mais complicações e dificuldades. É importante que um líder esteja sempre operando em alto nível de desempenho, para lidar com as tarefas que somente ele é capaz de lidar. E isso envolve delegar tarefas.

Tempo de adaptação - O líder precisa entender que, mesmo delegando tarefas, sua equipe precisa de um tempo de adaptação. Quando a empresa rural está crescendo, o papel mais importante do líder é criar processos e estruturas que não precisem de sua opinião e atenção constantes. Seu negócio precisa ganhar um ritmo que não dependa do seu envolvimento. Essas são as estruturas que não só vão ajudá-lo a crescer ainda mais, mas também criar a cultura da sua empresa rural. Elas não definem apenas a maneira como você e seus colaboradores trabalham no momento, mas se tornarão uma parte essencial do DNA de sua fazenda nos próximos anos. Tudo tem seu tempo, não existe milagre.

Autonomia para a equipe - Sempre surgirão problemas que o processo simplesmente não está preparado para lidar. No entanto, nem sempre o líder estará lá para apagar todos os incêndios. Sua equipe precisa ser capaz de lidar com isso por conta própria. Esse é talvez o salto mais assustador que cada líder tem que fazer. A capacidade de liderar não pode mais ser avaliada pela quantidade de problemas que você pode resolver. Em vez disso, o trabalho mais importante é construir uma equipe que possa superar os problemas por conta própria. A expectativa deve ser definida desde o início: a equipe deve tentar resolver

problemas por conta própria antes de passar recorrer ao líder. Por outro lado, ele precisa ter a confiança de que deu as ferramentas que eles precisam para enfrentar esses problemas de forma eficaz. Um líder não pode guardar em segredo a forma com que lida com certos problemas se ele espera que seu negócio cresça.

Um verdadeiro líder compartilha o conhecimento - Toda a equipe deve entender, primeiramente, a cultura e filosofia do negócio rural. Eles não podem ser apenas o novo alvo para cada problema no futuro. Precisam estar bem treinados para resolver os problemas por conta própria e desenvolver seus papéis na fazenda. Formar um time de sucesso ajuda o seu negócio a crescer. E este sucesso é obtido com capacitação e motivação, inclusive possibilitando a ascensão dos profissionais de acordo com seu desenvolvimento. Ninguém quer sentir como se estivesse preso na mesma posição para sempre, sem oportunidades de crescer. Deixá-los resolver seus problemas e criar seu espaço na empresa rural irá ajudá-los a melhorar. Porém, não pode haver egoísmo por parte do gestor, ele tem a obrigação de repassar toda a sua experiência, como forma de munir a equipe de todas as informações possíveis. 

MPrado
AGROPECUÁRIA

Tel.: (34) 3228-3300

E-mail: contato@mprado.com.br

www.mprado.com.br

Syngenta inaugura 2ª loja própria

Sob a marca Atua Agro, espaço em Santa Maria (RS) se aproxima ainda mais do produtor regional



Fachada da loja ATUA Agro da Syngenta em Santa Maria (RS).

A Syngenta, empresa global com 28 mil funcionários em mais de 90 países, inaugurou sua segunda loja própria do mundo em Santa Maria (RS), no início deste ano. O local da nova Atua Agro foi escolhido por se tratar de uma região de grande importância agrícola, com potencial de ampliação no que toca a cobertura comercial. O principal objetivo é que o espaço seja utilizado para aprofundar o entendimento sobre as necessidades dos agricultores locais, aperfeiçoando a oferta ao longo do tempo. A exemplo da loja de Ijuí (RS), em funcionamento desde setembro de 2019, a Atua Agro de Santa Maria será um posto avançado de modernização do agronegócio regional. A expertise e o aprendizado alcançados serão aplicados nos canais de distribuição da empresa, dis-

seminando práticas e resultados cada vez mais aprimorados junto a todos os parceiros.

Para André Savino, Diretor de Marketing da Syngenta no Brasil, a iniciativa não altera a estratégia da empresa de fortalecer e investir nos parceiros de distribuição. “Muito pelo contrário, continuamos premiando a alta reciprocidade e fidelidade da nossa rede de distribuição. O propósito das lojas próprias é somar forças, qualificando ainda mais o atendimento aos produtores locais e, assim, levar as melhores práticas agrícolas para nossos parceiros em todo o Brasil”, ressalta. O executivo explica que a loja modelo atuará como produtora e difusora de conhecimento, bem como de informações técnicas e de mercado. Conta com uma estrutura ampla, pronta para receber e promover palestras, eventos e troca de

experiências com os agricultores. “Mais do que a rentabilidade no campo, a Atua Agro visa criar um ambiente inovador para a cadeia do segmento, entregando os melhores serviços, as tecnologias e um novo modelo de atendimento”, destaca.

O espaço contará com portfólio completo, comercialização de defensivos agrícolas (Syngenta e Adama), sementes (Syngenta e Nidera), fertilizantes foliares e adubo, por meio da parceria com a Stoller, Mosaic, Cofco e Yara. Além disso, a Strider e a FarmShots vão ofertar serviços de gestão e tecnologia digitais para o campo. “A ideia é gerar mais valor para toda a cadeia produtiva do agro, contribuindo com soluções financeiras, digitais e agrônomicas em toda sua jornada produtiva”, sublinha Luciano Daher, Diretor Comercial da Syngenta. **AR**



Equipe Syngenta, liderada por Marcos Basso.



Carlão da Publique participa da inauguração.



Carlão com o Prefeito de Santa Maria (RS), Jorge Pozzobom, e o presidente da Syngenta, Waldemar Fischer.



Momento do descerramento da faixa inaugural.



Carlão com Adriano Freitas, engenheiro agrônomo e agricultor de Santa Maria (RS).

Os centros de distribuição do futuro

Eles são ágeis, reduzem impactos ambientais, contam com equipamentos de última geração e sistema automatizado de armazenamento e separação

Marcio Lopes - Solution Design Director da Dematic Latin America



A inteligência artificial chega com muita velocidade aos centros de distribuição e vem impactando o mercado. Com as operações mais ágeis e eficientes - devido ao uso de dados para



concretizar análises -, os processos estão cada vez mais otimizados. Com softwares desenvolvidos, o armazém do futuro tem conexão com a internet das coisas e uso de informações para originar análises sobre os procedimentos das empresas, aperfeiçoando o supply chain. A gestão logística tem cada vez menos interferência humana devido ao sincronismo da conexão conduzida entre caminhões, empilhadeiras e pallet's. As atividades são direcionadas e realizadas por meio de sensores conectados aos equipamentos e softwares para gerenciamento das informações. Um centro de distribuição que conta com equipamentos de última geração reúne modernidade e agilidade, com um sistema automatizado de armazenamento e separação de itens, com soluções que reduzam o impacto ambiental e o consumo energético, racionalizando a utilização do espaço físico e a mão de obra, conectando e interagindo com o negócio desenvolvido pela companhia.

A Logística 4.0 diz respeito à alta conectividade entre os sistemas de movimentação de produtos e máxima automatização para o aumento da produtividade e redução de erros nas operações. Em nossa empresa, investimos em inovações e otimizamos a cadeia logística com produtos e serviços que suportam os processos operacionais para o setor atacadista, como armazenagem, através de Sistema Armazém Vertical Automático (Transelevadores); movimentação autônoma, através de Veículos Guiados Automaticamente (AGV -- Automated Guided Vehicle); e na gestão, com Sistemas de Controle e Execução (WCS -- Warehouse Control System).

Essas soluções podem ser implantadas em novas áreas de expansão ou em ambientes em operação. O sistema de Controle e Execução da Dematic (WCS) tem interfaces certificadas para diversas plataformas de software dos clientes, tais como SAP, JD Edwards, TOTVS, plataformas próprias etc. Esse composto oferece inteligência para aumentar a capacidade, confiabilidade, eficiência e velocidade, reduzindo os tempos de ciclos e garantindo remessas mais rápidas, sem sacrificar a precisão e agilidade operacional, podendo ser aplicadas em soluções com diferentes níveis de automação.

Com ênfase nesta visão, o conceito de Intralogística Conectada, desenvolvido pelo Grupo KION, trabalha com tecnologias integradas para movimentação e armazenagem de materiais de diferentes centros logísticos, indústrias e comércios. Juntas, as marcas líderes globais Linde, STILL, Dematic, com a parceria da Águia Sistemas, proporcionam uma sinergia dessas tecnologias, desenvolvendo soluções inovadoras que aumentam a capacidade de armazenagem, velocidade e ganho em produtividade com total segurança.

As empresas que estão se aperfeiçoando dentro desta evolução tecnológica precisam buscar parceiros que tenham know-how no trabalho de coleta de dados e ofereçam soluções conectadas e alinhadas ao propósito almejado pela companhia. Para tanto, é necessário, antes, uma visita técnica para conhecer quais são os planos de aperfeiçoamento, objetivos e as tecnologias que a companhia já possui e, desta forma — na maioria dos casos —, dar continuidade aos investimentos já realizados, sem a necessidade de reinvestimento. **AR**

Liderança, um assunto antigo

Distribuidor: liderar é desafiador, mas o que parece impossível torna-se real mais cedo ou mais tarde



Com certeza, muito ainda será debatido, teorizado, escrito e analisado sobre o assunto. É um tema vasto, complexo, que incita opiniões, teses e teorias de todos os tipos. No entanto, para além de conceitos, críticas, “papers”, teses e avaliações sobre Liderança, há em geral convergência quando falamos da necessidade de adaptação do Líder frente a nova realidade de mercado. Isto passa pelas mudanças drásticas culturais que estão acontecendo, pela integração dos povos e das pessoas em função da hiper comunicação/internet e, consequente, reflexos disto na cultura local, do mundo globalizado em que vivemos, da influência transcendente da tecnologia – que permeia e media tudo em nosso dia a dia – até a evolução do Mindset das pessoas e das fantásticas mudanças a que estamos sendo submetidos, quer queiramos ou não.

E, com isto tudo, parece evidente que o Líder do presente-futuro, para ser ven-

cedor, precisa de uma forma de atuação plural, inclusiva, diversa, engajadora, agregadora, que permita efetividade e produtividade em uma realidade na qual a mudança passa a ser constante e os Standards questionados e repositados, de forma incrivelmente rápida e disruptiva. Para lidar com este situacional transformacional, o Líder se torna um agente de realização de pessoas e contextos, distribui e estrutura poderes e atividades, ora está liderando – ora está sendo liderado, enfatiza os objetivos a serem atingidos, mas se permite tantos ajustes quanto necessário, aceita o erro e aprende com este – não recrimina, engaja e é engajado, é acolhedor, relativiza algumas verdades até então absolutas e se permite repensar sua forma de agir até então vencedora, para poder gerar resultados na realidade transversal e evolutiva em que vivemos e viveremos.

Seu poder vem de sua reversibilidade. Atua como pensa e pensa como atua.

Faz o que ensina e ensina o que faz. É o que é no business ou em qualquer lugar da sociedade. É antes de tudo, efetivo para si e, com isto, gera a possibilidade para muitos. Atua exemplificando e praticando o que teoriza. Pessoas, organizações e comunidades são parte de seu campo de atuação. Não cria em geral inimigos e, sempre que possível, permite-se múltiplas possibilidades, inclusive com concorrentes. Usa todos os meios de forma legal para que os objetivos sejam atingidos. Ética é pressuposto de atuação de toda a cadeia em que está envolvido. Do time aos fornecedores, das relações institucionais as governamentais, dos pequenos aos poderosos, tudo é parametrizado e respeitado. Procura lidar com todos de forma equânime e funcional, respeitando os valores e os contextos, mas, sem viver estes se não forem funcionais ao escopo. Neste sentido, propõe o novo ainda não pensado e espera para ver a reação da sociedade. Se precisar, adapta e ajusta o pensado inicialmente.

Propósito aparece em sua jornada como norteador e fator de agregação entre as equipes e relações internas e externas. É um mantra, uma forma de viver e ser para si e para todos que estão circundantes. Em função disto, proposta de valor passa a ser essência para o resultado do escopo de atuação. Analisa e percebe constantemente seus públicos e a ambiência em que está inserido. Lida com novas realidades. Testa exaustivamente. Propõe hipóteses. Aprende com elas e com a visão do time. Busca disciplina de execução sempre. E, aqui, está um dos maiores fatores de diferenciação hoje em dia. Entregar o planejado, construído e/ou sonhado no mundo em que vivemos é um enorme delta competitivo. Neste sentido, se permite avançar e é incansável em realizar e reorganizar tantas vezes quanto necessário para chegar aos contextos estabelecidos ou que se estabelecem no on going. Do meio ambiente à política, do associativismo à representatividade empresarial, o novo Líder se posiciona, não tem medo de externalizar sua visão, mas, ao mesmo tempo, respeita, lida e usa, também, o contraditório para os interesses do projeto.

Desta forma, o Líder se posiciona como ágil, propositivo, funcional a si e a todos. Procura realizar seus sonhos e dos que estão juntos. E desta sinergia e holística gera bem-estar funcional e organizacional onde está inserido e/ou gerando impactos. Utiliza uma dinâmica leve, direta, sem constrangimentos. Tudo pode ser dito e falado. Não há repressão ou redução. Usa o humor, as boas energias. Alegria de movimentos. Nada fica parado. Todos juntos pela causa e propósitos construídos de forma motivacional e inclusiva. O joio e o trigo como parte da equação. Mira a

velocidade de ação e execução. Faz conexões e se deixa conectar. Foca em ações ágeis, firmes, que permitam encurtar distâncias e movimentos. Busca gerar ganhos rápidos. Valoriza muito estes quick wins do time, mas olha também para o futuro e navega ao encontro deste, construindo-o segundo seus objetivos. Incorpora tudo que puder agregar valor e se desfaz do que se torna obsoleto ou desnecessário, rapidamente. É implacável nisto. É entusiasta de tecnologias e de avanços que permitam novas e até então impensadas realidades. Sonha grande. E dissemina isto tão positivamente que passa a ser algo do coletivo e não mais necessariamente do indivíduo.

Não deu certo? Não funciona? Relativiza e se desapega muito rápido. De fato, sempre se adapta. Não é refém do que é e nem teme o que vai ser. Nesta linha, é um equilibrista entre a realidade vigente e o presente-futuro sendo construído. Do trabalho individual ao colaborado, passando eventualmente pelo cooperado, e buscando lidar de forma inteligente com as novas realidades do trabalho coordenado, plataformas e sistema operacional,

o novo Líder cria, molda e desenvolve sobre este mundo transcendente e evolutivo. Parece surreal, mas, definitivamente, o Líder contemporâneo-futuro tem novas características. Para vencer, este Líder é um obstinado e ávido por aprender, dialogar, interagir, pensar, fazer e concretizar.

Para muitos, parece ser impossível ser este Líder. Tipo ficção científica. Poderíamos, quem sabe, chamá-lo de super-herói. De fato, Yuval Harari, em seu importante livro Homo Deus, define o líder vencedor do futuro como aquele que é capaz de pilotar de forma sistêmica e ampla as transformações que estamos e estaremos sendo submetidos e impactados. Esta visão é fabulosamente desafiadora, mas, como tudo na história do mundo que conhecemos, o que parece impossível e até mesmo improvável hoje, torna-se real mais cedo ou mais tarde.

Quanto mais rapidamente pudermos incorporar estas características, melhor adaptados estaremos para o mundo em transformação que nos desafia todos os dias!

AR

MANTRAS DO LÍDER DO FUTURO!

- Governança e conformidade.
- Não há espaço para jeitinhos e transgressões.
- Inspira e é inspirado.
- Promove e estimula criatividade e inovação.
- Busca, sempre, produtividade.
- Adora o que faz.
- Envolve todos para que amem e vivam os projetos e as atividades.
- Dá relevância para 'user experience'.
- Não permite que nada passe despercebido.
- É incansável em melhorar a experiência interna, externa e das comunidades.
- Adora o cliente.
- Ama o projeto, o propósito, o que faz.
- Faz por que ama.

Parceria vitoriosa com distribuidor e produtor

Empresa encerra mais uma década fortalecendo a capacidade de oferecer soluções integradas, capturando maior valor e oferecendo assistência técnica em nutrição animal

Rafael Andrade - Gerente de Marketing Revendas e Cooperativas da DSM

O ano de 2019 encerrou mais uma década promissora para o setor agropecuário. A produção brasileira cresceu mais que a mundial e a perspectiva para os próximos anos é a chegada de um novo ciclo de ganho de produtividade. Para a área de Ruminantes da DSM, não foi diferente. Desde a aquisição, há seis anos, da marca Tortuga®, o maior e mais tradicional player do mercado brasileiro na área de suplementos nutricionais para bovinos de corte e leite, equídeos e pequenos ruminantes, foi capaz de fortalecer sua capacidade de oferecer soluções integradas, capturando maior valor a partir do *know-how* e assistência técnica em nutrição animal. O resultado foi o aumento significativo da excelência no atendimento das mais altas exigências de produtores rurais brasileiros. A marca Tortuga® comemorou 65 anos em 2019, mesmo ano em que também celebrou os 50 anos da linha Fosbovi®, que contempla suplementos nutricionais indicados para todas as fases dos animais e ajudam a melhorar os índices da produção de carne durante todo o ano, incluindo opções para bovinos em sistemas de pasto e confinamento.

Na última década, os resultados positivos da pecuária brasileira de corte em sistemas de pasto foram marcados pela influência positiva dos já consagrados Minerais Tortuga® na dieta, gerando maior ganho de peso e produção de

leite das fêmeas e melhoras de outros índices positivos, em: ambiente ruminal, digestão de fibras, qualidade dos produtos de origem animal (carne e leite), imunidade, reprodução -- além de menor ocorrência de doenças. O ano de 2015 foi marcado pela consolidação da linha Fosbovi® de suplementação estratégica que permite a redução do ciclo produtivo do animal e melhorias no processo de produção, gerando assim um aumento de produtividade com grandes lucros na atividade pecuária.

“Com o diferencial de possuir condições naturais que favorecem a produção pecuária, o Brasil já se consolida como o dono do maior rebanho comercial de bovinos do mundo. Com vegetação, clima e abundância de água, que permitem a produção em sistemas de pasto na maior parte das regiões do País, o Brasil tem ainda muito espaço para crescer ainda mais o rebanho e a produtividade de forma sustentável, ocupando a mesma área, apenas aplicando tecnologias que contribuem para impulsionar a produtividade nas fazendas”, comenta Juliano Sabella Acedo, diretor de marketing da área de Ruminantes Brasil da DSM.

A evolução do confinamento no Brasil - Na última década, a expansão do setor de commodities na América Latina impulsionou enormemente a pecuária e aumentou a participação da região

no comércio internacional. Com isso, tornou-se cada vez mais premente a necessidade de se produzir mais carcaças bovinas de alta qualidade para o mercado externo, com menos recursos e em menor tempo. Neste sentido, o sistema de confinamento despontou como um método eficaz para atender a esta crescente demanda, sobretudo em regiões onde os períodos mais secos do ano, com escassez de chuva, tornam o pasto menos nutritivo para os animais. Exemplo dos grandes avanços obtidos na última década foi a consolidação do Tour DSM de Confinamento como a principal iniciativa para a avaliação e aperfeiçoamento desse sistema produtivo no Brasil, tornando-se dados de referência para o setor. O Tour também é uma ferramenta de avaliação da implementação dos suplementos com as tecnologias CRINA® e RumiStar™, lançados em 2015, presentes na linha Fosbovi® Confinamento, com o objetivo de obter os melhores índices zootécnicos dos bovinos confinados. Desde a criação do Tour DSM de Confinamento, em 2013, o projeto já cobriu mais de 40 etapas, com a avaliação de mais de 100 mil bovinos em vários estados produtores.

Em 2019, ano marcado pela sexta edição do Tour DSM de Confinamento, a grande novidade foi o lançamento do aplicativo 'Mais Arroba', ferramenta desenvolvida em parceria com o Cepea/

USP para auxiliar o pecuarista a simular os fatores zootécnicos e econômicos que influenciam os resultados do confinamento. A partir de dados inseridos pelos produtores, é possível estimar os ganhos produtivos dos animais, os custos fixos e variáveis do confinamento (boi magro, dieta, sanidade etc.), a rentabilidade e a taxa de retorno mensal (em reais), entre outros fatores. O gerente de categoria de confinamento da DSM, Marcos Baruselli, aponta os ganhos dos pecuaristas que adotam o confinamento: “Quando confinados, os animais têm maior capacidade de produção, em comparação com o sistema de criação em pasto. E com o fornecimento de dieta com as tecnologias da marca Tortuga®, as avaliações de campo comprovam que os produtores ganham, em média, uma arroba a mais por animal confinado, o equivalente a um bovino a mais a cada 18 animais confinados”.

Nos últimos dez anos, o número de animais confinados no Brasil dobrou, saltando de 900 mil cabeças em 2010 para mais de cinco milhões de animais em 2018, chegando a 5,26 milhões de animais em 2019, conforme levantamento do Censo de Confinamento DSM 2019, estruturado pelo Serviço de Informação DSM (SIM). Neste período, a DSM foi responsável pelo confinamento de mais de 13 milhões de bovinos, em uma média anual de 1,5 milhão de animais.

Pecuária de leite - Um dos maiores desafios atuais da pecuária é a produção de leite com qualidade, baixo custo e sustentabilidade. Neste sentido, a adoção de tecnologias tanto para a nutrição quanto o manejo e reprodução de animais é uma das chaves para obter um produto de qualidade para o consumidor e rentável para os produtores. No ano em que a marca Tortuga® completou 65 anos, o debate sobre



Juliano Sabella Acedo, diretor de Marketing da área de Ruminantes Brasil da DSM

produção de leite se deu principalmente sobre a importância das vitaminas e das inovações para melhorar o desempenho das vacas. Verônica Lopes, coordenadora da categoria gado de leite da DSM, ressalta os benefícios da adoção de tecnologia em nutrição animal. “As soluções fornecidas pela DSM proporcionam o máximo de desempenho em todas as fases de vida dos animais, promovendo melhores resultados em diferentes aspectos: reprodução, sanidade, produtividade e qualidade do leite, por exemplo, porém o principal é que todos esses resultados impactam positivamente na rentabilidade do produtor e impulsiona a produtividade”, observa Verônica Lopes.

A década também foi marcada pela criação do “Programa Qualidade do Leite Começa Aqui!”, da DSM, com oito edições. Em sua trajetória, por exemplo, o programa contabilizou a avaliação de mais de 1,2 milhão de vacas em lactação, de 20.474 fazendas, de 14 estados, e o reconhecimento aos esforços dos produtores por meio de 267 prêmios concedidos. Os vencedores do prêmio são identificados durante o Programa conforme critérios técnicos que contribuem para aumentar o rendimento industrial e que são levados em consideração em várias plantas captadoras para melhorar a remuneração dos produtores, como baixo teor

de células somáticas e altos teores de proteína e gordura.

Em 2016, a linha Bovigold®, que auxilia os produtores de leite a aumentarem a rentabilidade, foi reformulada e se tornou ainda mais focada nos diferentes níveis de produção e fases dos animais ao lançar suplementos de alta tecnologia, que combinam CRINA® e RumiStar™. São mais de 12 produtos com tecnologias adequadas para todas as fases de vida e níveis de produtividade dos animais, desde bezerras, novilhas em recria, vacas em transição e vacas em diversos sistemas de produção, tanto aquelas que produzem em sistemas a pasto como em sistemas confinados, como animais de baixa até aquelas de média e alta produção diária.

Para melhorar os índices reprodutivos, o destaque da linha é o Bovigold® Beta Pré-parto, que inclui em sua fórmula o Betacaroteno, uma pró-vitamina que atua na síntese da Vitamina A, vital para os processos reprodutivos, que auxilia na redução de casos de retenção de placenta, gera rápido retorno ao cio e diminui o intervalo de partos - atingindo índices superiores na reprodução. A marca Tortuga® busca constantemente oferecer aos produtores de leite soluções que elevem a rentabilidade para enfrentar os desafios do mercado com uma produção eficiente e sustentável. 

Boas práticas compartilhadas

Uma conversa com o CEO da associação dos distribuidores nos Estados Unidos (ARA), Daren Coppok

Material originalmente publicado pela Revista 'ANDAV em Ação'

O bom relacionamento entre a Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários (ANDAV) e a Agricultural Retailers Association (ARA), entidade que representa o segmento nos Estados Unidos, vem agregando à distribuição de insumos agrícolas nos dois países. “A parceria deu-me a oportunidade de conhecer o mercado americano com os próprios distribuidores de lá. Eles também vieram ao Brasil para conhecer a nossa realidade. Por meio da ARA, também foi possível conhecer os mercados francês e canadense. Esta troca abriu um grande leque de possibilidades que podem ser implementadas aqui”, analisa Marco Nasser, diretor da Terrena Agronegócios. Para ele, a atuação do Brasil e dos EUA é diferente principalmente por causa do poder de voz dos distribuidores. “Lá, eles são mais independentes e não trabalham com ‘bandeiras’ e sim com multimarcas, ou seja, são eles que indicam os produtos e não os fornecedores. Acredito que falta este fortalecimento de marca aos nossos distribuidores, que são os que realmente geram demanda no campo junto aos clientes finais”, complementa Marco Nasser. Daren Coppok, CEO da ARA, falou à ANDAV sobre a atuação da associação americana e também sobre a importância da parceria entre americanos e brasileiros.

Qual é a missão da Agricultural Retailers Association (ARA) e quais as principais atividades?

A ARA defende, influencia, educa e fornece serviços para apoiar seus membros na busca por manter um ambiente de negócios lucrativo e se adaptar a um

mundo em mudança e preservar sua liberdade de operar. Representamos aproximadamente 85% de todas as vendas de insumos da produção agrícola nos Estados Unidos e mais de 5.000 lojas de varejo. Representamos os interesses dos associados perante nosso congresso e agências reguladoras e, ocasionalmente, nos tribunais federais, o que permite que cada membro combine e alavanque sua voz com os outros. Dessa forma, podemos apresentar uma agenda amplamente apoiada em todo o setor. As oportunidades de networking incluem nossa conferência anual e também vários programas e serviços de treinamento e desenvolvimento que fornecemos aos nossos membros.

Como é o modelo de negócios da ARA nos EUA?

A ARA é uma associação comercial sem fins lucrativos. Fazem parte da nossa associação empresas privadas e cooperativas de todos os tamanhos, geografias e áreas de cultivo. Nossos membros fornecem insumos para todos os tipos de produção, desde milho e soja no meio oeste até trigo nas planícies e frutas, vegetais, flores, legumes e outras culturas especializadas nas áreas sul, norte, costeira e interior. Também temos membros fornecedores que fabricam ou fornecem fertilizantes, defensivos agrícolas, equipamentos, tecnologia ou serviços para nossos membros varejistas.



Equipes ARA e ANDAV.

Quais são as principais diferenças que você identifica entre o modelo de negócios do Brasil e dos Estados Unidos?

Na minha primeira viagem ao Brasil, percebi que os membros da ANDAV se encontravam com pouco poder na negociação com fornecedores, e os grupos de compra que temos nos Estados Unidos sempre permitiram que seus membros ocupassem uma posição negocial mais forte e eficiente. Agora, o Brasil desenvolveu grupos de compra que estão proporcionando benefícios para seus membros, e um deles - AGRIREDE - foi exibido em nossa conferência no ano passado. O crédito é uma outra área em que nossos sistemas são diferentes. Não tenho conhecimento de nenhuma tran-

sação por meio de Barter nos Estados Unidos, mas sei que é uma prática comum em algumas partes do Brasil. O crédito comercial e financeiro está amplamente disponível em nosso país desde que o mutuário seja digno dele. Investimentos em infraestrutura de transporte como rodovias, ferrovias e transporte aquaviário são uma questão competitiva importante para ambos os países e, embora os EUA tenham sido abençoados com vários rios navegáveis, nosso sistema é desafiado no momento por enchentes e manutenção tardia em estradas e pontes.

Qual a importância da parceria entre ARA e ANDAV?

Eu realmente gosto do nosso relacio-

namento. Fiz boas amizades e aproveitei a hospitalidade em várias partes do país para conhecer o modelo de negócio do distribuidor brasileiro. Conseguimos compartilhar muitas ideias sobre como enfrentar desafios mútuos e continuamos a aprender muito um com o outro participando, por exemplo, das reuniões anuais de ambas associações. O Congresso ANDAV é significativamente maior que o nosso e estou continuamente impressionado com a inovação e liderança da ANDAV. Seu evento sobre 'Mulheres na Distribuição', que começou no ano passado, pode se tornar algo que nós vamos nos inspirar. Além disso, a ANDAV é a única associação que eu conheço que ganhou uma certificação ISO 9001.



SUMITOMO CHEMICAL

INOVAÇÃO E TECNOLOGIA SUSTENTÁVEL EM DEFENSIVOS AGRÍCOLAS.

A aquisição da Nufarm pela Sumitomo Chemical foi aprovada pelas autoridades competentes. Juntando forças, a Sumitomo Chemical reforça sua posição no mercado brasileiro como empresa de alta tecnologia, provedora de soluções e produtos inovadores e sustentáveis. Hoje presente entre os principais fornecedores de defensivos agrícolas, Sumitomo Chemical segue investindo fortemente em pesquisa e desenvolvimento de novas moléculas. Passa, também, a distribuir um robusto portfólio de produtos pós-patentes de alta qualidade. Conte conosco, trabalharemos fortemente para contribuir com a evolução da agricultura brasileira.

contato@sumitomo-chem.com.br
SAC: 0800- 725 4011

Kleber Gomes é o novo CEO da Ourofino Saúde Animal

Depois de treze anos na companhia, executivo deixa a Vice-Presidência e a Diretoria de Relações com Investidores para assumir o comando da maior indústria veterinária de origem brasileira



Sede da Ourofino Saúde Animal, em Cravinhos (SP).

A Ourofino Saúde Animal, corporação que reúne diferentes empresas que atuam na fabricação e distribuição de produtos veterinários nos segmentos de animais de produção e pets, conta com um novo CEO desde o mês de abril. É Kleber Gomes, que vinha exercendo o cargo de Vice-Presidente e Diretor de Relações

com Investidores, quem assume o comando em substituição a Jardel Massari, um dos dois sócios-fundadores da empresa, que se desligou da função no fim de março. Há 13 anos na companhia, Kleber exerceu funções em finanças, sendo, desde 2016, CFO e diretor de RI, tendo participado dos principais movimentos importantes para a história de

crescimento da Ourofino, como a entrada para o mercado de biológicos e de produtos hormonais, planejamentos estratégicos, abertura de capital e expansão no mercado internacional, entre outros. Desde o fim do ano passado, também assumiu a Vice-Presidência de Finanças e Produtos, ficando à frente das áreas de Pesquisa e Desenvolvimento,

Regulatório, Suprimentos e da estruturação da área de Desenvolvimento Estratégico de Novos Negócios, dedicada à idealização das soluções voltadas para o futuro do mercado veterinário.

Formado em Ciências Contábeis, Kleber Gomes tem pós-graduação em gestão empresarial pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e, antes de fazer parte do time da Ourofino, atuou na área de auditoria externa, com experiências no Brasil e nos Estados Unidos. “Nesta nova fase da Presidência da companhia, seguiremos dia a dia em busca das melhores práticas, sempre elevando nosso referencial de qualidade, com o propósito de reimaginar a saúde animal, colaborando para o desenvolvimento do agronegócio brasileiro e dos países em que a Ourofino atua em todos os seus aspectos. Além do bem-estar dos animais de companhia, setor que desempenha forte crescimento na saúde animal. Seguiremos valorizando o dinamismo, que é cultural da empresa, e o relacionamento com nossos clientes e parceiros, construindo e nutrindo relações de valor, com recursos tecnológicos que reforçam o pioneirismo da companhia ao longo de seus quase 33 anos de história. Internamente, junto à equipe que tanto valorizamos, vamos reforçar a importância da nossa cultura e valores, com reconhecimento de nossas pessoas, que hoje são 1.150 colaboradores”, afirmou.

Os sócios-fundadores da Ourofino Saúde Animal, Norival Bonamichi e Jardel Massari, seguem com participação no Conselho de Administração da empresa e como sócios majoritários no negócio. 

OUROFINO SAÚDE ANIMAL

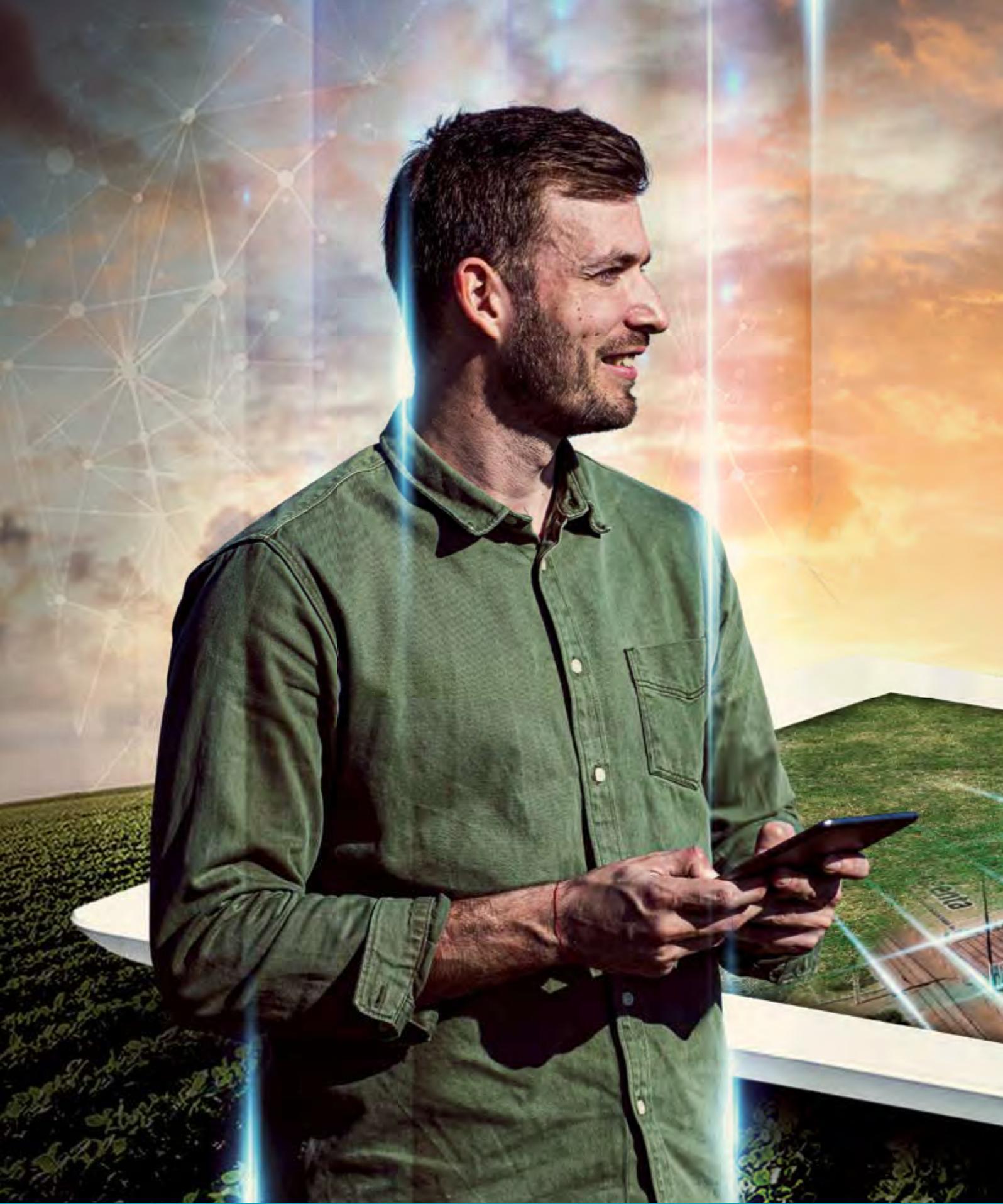
- Fundada em junho de 1987 pelos empreendedores Norival Bonamichi e Jardel Massari;
- 1.150 colaboradores, incluindo a maior equipe comercial no Brasil;
- Atende revendas, cooperativas, distribuidoras, agroindústrias e produtores rurais.
- Sede em Cravinhos (SP) | 180 mil metros quadrados;
- Indústria que fabrica e distribui produtos veterinários nos segmentos de animais de produção e pets;
- Complexo industrial moderno que atende a rigorosas normas locais e internacionais para a fabricação do portfólio dirigido a bovinos, equinos, aves, suínos, cães e gatos;
- Portfólio: aditivos, anestésicos/sedativos, anticoccidianos, antimicrobianos, biológicos, ectoparasiticidas, endectocidas, endoparasiticidas, fortificantes/suplementos, higienizadores, inoculantes, probióticos, reprodução, terapêuticos, vedação.

KLEBER GOMES

- Ocupava a Vice-Presidência e a Diretoria de Relações com Investidores
- Treze anos de atuação na companhia;
- Exerceu funções em Finanças, CFO, Diretor de RI, Vice-Presidência de Finanças e Produtos, áreas de Pesquisa e Desenvolvimento, Regulatório, Suprimentos e estruturação da área de Desenvolvimento Estratégico de Novos Negócios;
- Graduado em Ciência Contábeis;
- Pós-graduado em Gestão Empresarial | Fundação Getúlio Vargas (FGV)
- Atuou em auditoria externa, com experiências no Brasil e nos EUA.



Kleber Gomes, novo CEO da Ourofino Saúde Animal.



*E se você pudesse participar de
uma Feira Agro sem sair de casa?*

FEIRA VIRTUAL^{360°}

*Quer participar desse
tour virtual? Acesse:*



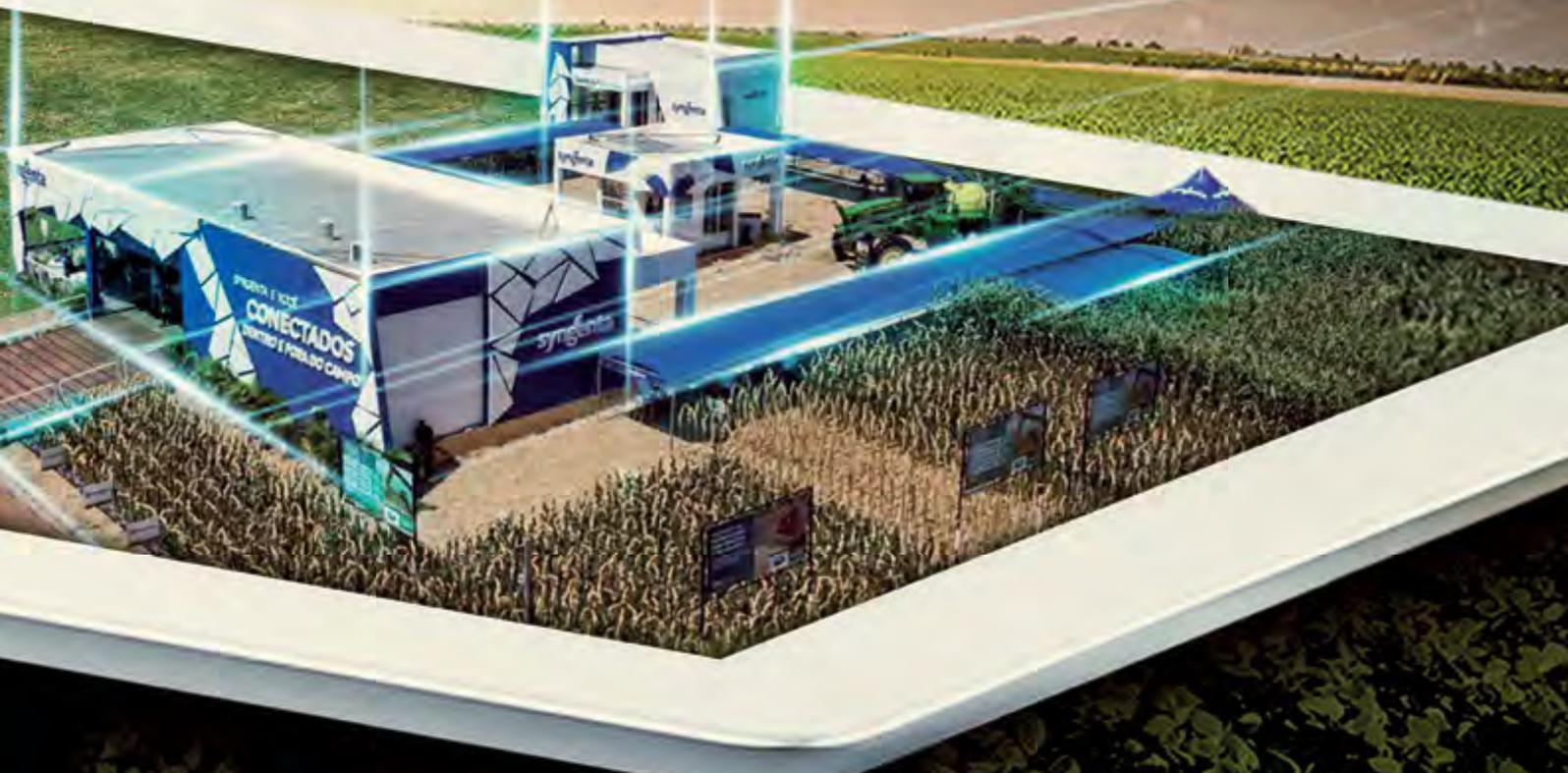
[Facebook.com/syngentabrasil](https://www.facebook.com/syngentabrasil)



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



[syngentabrasil](https://www.linkedin.com/company/syngentabrasil)



syngenta[®]

Agro na era dos negócios exponenciais?

Não basta ter a empresa e a tecnologia para ser exponencial. Tem que colocá-las a serviço do consumidor!



Você já imaginou vender seus produtos por QRcode? Ou ainda que seus clientes comprem, paguem e troquem informações a respeito dos seus produtos através do celular deles, sem fazerem nem mesmo uma visita ao seu estabelecimento? A denominada “tecnologia das coisas”, que para muitos parece um bicho estranho, chega às mãos dos consumidores e é parte da realidade de muitas empresas, principalmente de varejos. Na China, como não poderia deixar de ser, país que não tem Facebook e tampouco WhatsApp, mas tem substitutos similares, utiliza-se pouco o dinheiro. Até uma doação na rua, ou compras em feiras livres, é realizada por meio de códigos QRcode. A realidade que se desenha em um futuro próximo não deve nos assustar, ao contrário, devemos ver as oportunidades que a “tecnologia das coisas” traz para nossos negócios, negociações e interatividade com nossos clientes e fornecedores e, principalmente, pelo impacto dos negócios exponenciais na comparação com o resultado gerado por

negócios usuais por meio de novas técnicas organizacionais alavancadas por tecnologias digitais.

Ao estabelecer um fluxo de informações por meio da coleta de dados entre clientes, a revenda e os fornecedores de insumos podem permitir o gerenciamento de estoques de forma mais eficiente, bem como abastecimento das demandas de diversos produtos. Permite, também, que os produtores consigam passar suas experiências positivas e negativas por meio de dados como produtividade e desempenho de lavouras, criação de animais. Isso pode possibilitar à revenda uma manutenção de produtos, sua credibilidade quanto aos resultados esperados e também a sugestão de modificações para adequação de eficiência produtiva e características da atividade de cada um de seus compradores.

A eficiência semelhante pode ser obtida junto aos seus fornecedores de suprimentos quanto à informação sobre desempenho geral de seus produtos, ao consumo, giro de estoque e à re-

posição necessária. Além de prover dados importantes para questões de desenvolvimento e melhorias de produtos, além de insumos já trabalhados no mercado.

Atualmente, as dez maiores empresas do mundo são empresas exponenciais que usam a tecnologia para impulsionar seus negócios (e.g. - Google, Amazon, Apple, Facebook, etc). E, no Brasil, a Magazine Luiza, por exemplo, deixou de ser um varejo de móveis como tantos outros para ser uma empresa especializada em dados. Hoje, ela tem mais de 40% das suas vendas na internet! Muitas cadeias de produção, e não apenas no nosso setor, já incorporam a tecnologia. Não se trata apenas de QRcodes, mas de adoção de tecnologias de mensuração e captura de dados para serem processados por inteligência artificial. O exemplo das balanças de gado que capturam peso por sensor seria apenas o início de um longo processo de desenvolvimento e conectividade entre produção, insumos e processamento a fim de prover maior agilidade, acuracidade, eficiência para toda a cadeia produtiva, menores custos de processos, erros de previsão, provisão.

Esta realidade não é uma figura proveniente de um país ou conjunto de países desenvolvidos, mas que nasceu em um país – China - emergente tanto quanto o Brasil e que investiu em conhecimento, tecnologia, fez parcerias com governo para transformar a realidade de uma população que até a geração passada passava fome! Somos brasileiros e, em muitos aspectos pri-

vilegiados, nossos governos estaduais, especialmente do Estado de São Paulo, já fomenta para o agronegócio o uso e desenvolvimento destas iniciativas para melhorar o fluxo de informações e não apenas internos, mas, principalmente, para o produtor. Podemos e devemos aproveitar estes exemplos para formar e informar

nossos empresários rurais Brasil afora, a fim de revolucionar nossas cadeias. E também potencializar as novas *startups*, que nascem no bojo de tecnologias disruptivas e conseguem acelerar rapidamente por trabalharem em um formato enxuto, utilizando metodologia eficazes no seu processo gerencial, e seus talentos, para que

vejam em nosso setor um conjunto de oportunidades para se criar novas oportunidade e soluções.

E, para concluir, como costumamos sempre afirmar, vale salientar que não basta ter a empresa mais a tecnologia para ser exponencial, tem que colocá-las a serviço do consumidor! 

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

da Universidade de São Paulo - FEA/USP. f.lemos@e-loconsultoria.com

Jogi Humberto Oshiai: Sócio da Lemos Oshiai Consultoria e Assessoria e da Stark Capital e Diretor de Assuntos Públicos do escritório de advogados europeus FratiniVergano (Bruxelas), além de ser Pesquisador Associado da FZEA/USP e colunista das revistas especializadas em proteína animal e Agrovenda. Pós-Graduação em Comércio Internacional pela Universidade Livre de Bruxelas, Mestrado em

Política Internacional pela Universidade Livre de Bruxelas e MBA pela Solvay Business School Economics and Management, Bruxelas. j.oshiiai@e-loconsultoria.com


Lemos & Oshiai
consultoria

LANÇAMENTO

Capim Híbrido
Áries II
MATSUDA 

**O QUE ERA BOM,
FICOU EXCELENTE!**

**MELHOR
QUALIDADE
NUTRICIONAL**

**IDEAL PARA
PASTEJO DIRETO
E FENAÇÃO**

**MAIOR
PRODUTIVIDADE**

**RECOMENDADO
PARA EQUINOS,
OVINOS, CAPRINOS,
BOVINOS DE CORTE
E LEITE**

**ALTA
DIGESTIBILIDADE**



 /grupomatsuda

(18) 3226 2000 - SP

(35) 3539 1800 - MG

www.matsuda.com.br

ADAPTE-SE AOS DESAFIOS E OPORTUNIDADES DO CONFINAMENTO

Sabemos quais são os desafios em um sistema de produção e temos a convicção de que toda empresa pecuária intensiva que busca excelência, quer, na medida do possível, mitigar os riscos inerentes a este; proporcionando as melhores condições no manejo, nutrição e principalmente, sanidade. Como consequência, espera-se explorar o máximo potencial genético e produtivo dos animais. Contudo, **a diferença entre o desafio de se produzir o mínimo aceitável e a oportunidade de se utilizar a máxima performance** pode ser definida por **pequenos detalhes** que são intensamente trabalhados diariamente nas grandes propriedades do Brasil.

Com base nisso, a multinacional argentina Biogénesis Bagó desenvolveu um experimento técnico em uma das fazendas com maior excelência na produção pecuária da região sul do Brasil. Com sua sede localizada em Castro (PR), a **Agropecuária Guapiara**, há 25 anos, atua no ramo de produção a pasto e confinamento. O médico-veterinário Edison Laroca Fontoura Filho é quem está à frente da gestão do Grupo, um multiplicador da genética Brangus e detentor de um produto final extremamente padronizado e valorizado no mercado da proteína animal.



Instalações de Confinamento Agropecuária Guapiara

“Os modelos atuais de produção intensiva enfrentam, diariamente, o desafio da produtividade otimizada, numa busca constante pela rentabilidade do negócio. Para se atingir patamares de excelência como o da **Agropecuária Guapiara**, a fazenda segue à risca um calendário sanitário, com vacinações preventivas contra clostridioses e doenças respiratórias, além de um controle parasitário. O manejo diário da fazenda segue orientações de rondas sanitárias. Nossa equipe, muito bem treinada, coloca em prática todas as orientações e cuidados necessários para a eficiência produtiva dos animais”, explica o gestor do Grupo, Edison Laroca Fontoura Filho.

De acordo com o gerente de Relacionamento com Fazendeiros da Biogénesis Bagó, Bruno Di Rienzo, o local escolhido para o experimento “não poderia ter sido melhor, pois o ambiente é o mais propício para mensurar os resultados do **KIT ADAPTADOR MIN VIT**”. O profissional da Biogénesis Bagó foi quem liderou, juntamente com a equipe da Guapiara, todo o experimento na propriedade.

MEDINDO OS IMPACTOS DO ESTRESSE OXIDATIVO

Muito já se estudou sobre o bem-estar animal e, na atualidade, sabe-se que a boiada gosta de rotina, de forma que qualquer mudança se torna um fator que catalisa a **oxidação celular**, devido ao mecanismo de estresse. Fatores como alteração ambiental, nutricional, dominância, variação climática, transporte e poeira, estão presentes no dia a dia do sistema de confinamento.

O objetivo do experimento foi aplicar essa nova tecnologia, o **KIT ADAPTADOR MIN VIT**, que atua diretamente no reequilíbrio oxidativo, em um sistema que opera com excelência em todos esses aspectos.

Ou seja, analisar se mesmo em condições de desafios baixos, haveria impacto do estresse oxidativo, e se o produto poderia contribuir para obtenção de resultados ainda melhores.

Na **Agropecuária Guapiara**, os animais da raça Brangus recebem o protocolo sanitário no ato da desmama, contemplando vacinas que previnem contra problemas respiratórios e clostridiais, além de um anti-helmíntico. Assim que recebem o protocolo sanitário, os animais são transferidos para outra fazenda, onde permanecem por 20 dias em pré-adaptação em pastagem e, posteriormente, entram no confinamento.

O estudo consistiu em inserir uma dose do antioxidante **KIT ADAPTADOR MIN VIT** no protocolo da desmama, justamente para interferir no impacto do estresse deste manejo e no transporte até a fazenda do confinamento. Uma segunda dose foi administrada no protocolo de entrada no confinamento. Feito isso, os dados de abate foram coletados e submetidos à análise estatística.

EXPERIMENTO KIT ADAPTADOR

Agropecuária Guapiara - PR

PROTOCOLOS UTILIZADOS

Manejo sanitário da Fazenda*
+ KIT ADAPTADOR

Manejo sanitário da Fazenda*

Desmame R\$ 8,59

R\$ 6,52

Desmame

Entrada do Confinamento R\$ 8,31

R\$ 6,72

Entrada do Confinamento

Total R\$ 16,90

R\$ 13,24

Total

R\$ 3,66
≠

*Vacina contra problemas respiratórios, vacina contra clostridioses e um anti-helmíntico.

RESULTADOS DO EXPERIMENTO

Variável	Kit Adaptador*	Dif. Kit	P
1ª pesagem (kg)*	271,40	+3,40	0,09
2ª pesagem (kg)**	276,70	+6,10	0,04
Peso Carcaça (kg)	261,00	+4,00	0,04
Ganho Per. 1 (kg)	17,10	+3,70	0,02
Ganho Total (kg)	218,30	+3,20	0,09

*1ª pesagem: com 30 dias de confinamento. **2ª pesagem: pesagem pré-abate.

O resultado observado foi de um incremento de **4 kg de carcaça** por animal suplementado, o que gerou um **retorno de R\$ 47,93 a mais** por boi abatido.

ANÁLISE DO RETORNO SOBRE O INVESTIMENTO - ROI

- Considerando que o resultado foi de **4 kg a mais de carcaça**.
- Preço da @ recebida **R\$ 179,76**, que corresponde ao preço de **R\$ 11,98/kg**.
- O ganho no grupo tratado foi de **R\$ 47,93 por animal**.

$$\text{ROI} = \frac{(\text{Lucro do Investimento} - \text{Custo do Investimento})}{\text{Custo do Investimento}} \times 100 = \frac{47,93 - \text{R\$ } 3,66}{\text{R\$ } 3,66} \times 100 = 1209\%$$

A cada R\$ 1,00 a mais investido no grupo tratado com KIT Adaptador o retorno foi de R\$ 12,09.

“Mesmo numa situação em que todos os cuidados com as variáveis em um sistema de produção intensiva foram adotados, a formulação exclusiva antioxidante do **KIT ADAPTADOR MIN VIT**, da Biogénesis Bagó, foi estatisticamente eficiente para a obtenção de um melhor resultado final na engorda em confinamento”, avalia Bruno Di Rienzo.

ADAPTE-SE AOS DESAFIOS

DA PECUÁRIA BRASILEIRA



Use Kit Adaptador
em seu confinamento.



Biogénesis Bagó
A evolução da saúde animal

*"O impossível não é uma afirmação.
É um desafio. Nada é impossível"*

BULLHAMMAD ALI

bela magrelo



NA **PECUÁRIA** **NÃO É DIFERENTE!**

Abandonar o ringue não é uma opção. Para um lutador se manter de pé é preciso agilidade para pensar no agora e resistência para não desistir.

Na pecuária não é diferente. O produtor pode até apanhar com as variações no mercado, mas desistir da luta diária na fazenda, jamais.

// Participe do Encontro de Confinamento e Recriadores da Scot Consultoria

ECR 2020

| SCOT CONSULTORIA |

4 A 7 DE AGOSTO EM RIBEIRÃO PRETO / SP

INFORMAÇÕES

confinamentoerecria.com.br | 17 3343 5111 | 17 98171 2100





**0 QUE SERIA DA
IDEIA CRIATIVA
SEM A ESTRATÉGIA?**

**0 QUE SERIA DA
BOA INFORMAÇÃO
SEM O ENTRETENIMENTO?**

**0 QUE SERIA DO MELHOR
PRODUTO SEM UMA PLATAFORMA
COMPLETA PARA SER VENDIDO?**

O PROG

A AGÊNCIA

PUBLIQUE

PROPAGANDA & MARKETING

A AGÊNCIA DO AGRONEGÓCIO

A única agência focada 100% em agronegócio com soluções integradas de marketing e visão estratégica de comunicação 360°.

Desde 1988, relacionamento constante com diversos setores do agro: produtores, empresas e mídia especializada.



Agência de Propaganda
Marketing Digital
Audiovisual
Editora, Eventos e RP
Consultoria e Palestras
Assessoria de Imprensa
Banco de Imagens



A PRATELEIRA DE CIMA

O programa de g
no Facebook e
informações relevan
e empresas do agr
entrevistar os g
profissionais do s
marcante nos m
eventos do ag
Tudo revestido c
simpatia, inteligênc
de causa do a
O objetivo é un
sem deixar



Mais de 18.8

Mais de 3.70
em 5

Alcance méd
visualizaçõe

GRAMA



MA DO AGRONEGÓCIO

grande audiência
YouTube. Leva
ntes sobre produtos
onegócio, além de
randes nomes e
setor. É presença
mais importantes
agro brasileiro.
om bom humor,
cia e conhecimento
apresentador.
m só: informar
de entreter.



00 seguidores

00 entrevistas
anos

io de 5.000
es por vídeo

A PLATAFORMA

AgroRevenda

A Plataforma de Informação do Setor

A única Plataforma de Informação
do Setor que fala com quem compra
e vende o seu produto ou serviço!

Plataforma 100% dirigida
a donos de lojas de produtos
agrícolas e veterinários, gerentes
e balconistas.



Revista AgroRevenda
Portal AgroRevenda
AR News
Canal AgroRevenda
Papo de Prateleira

www.agrorevenda.com.br

O MUNDO MUDOU,
OS RELACIONAMENTOS MUDARAM,
A COMUNICAÇÃO MUDOU,
NOVOS NEGÓCIOS SURTIRAM.

QUE TAL MUDAR?



GRUPO
PUBLIQUE

PRESENÇA TOTAL NO AGRO

PUBLIQUE

PROPAGANDA & MARKETING
A AGÊNCIA DO AGRONEGÓCIO

www.publique.com



A PRATELEIRA DE CIMA DO AGRONEGÓCIO

www.facebook.com/falacarlaio



AgroRevenda

A Plataforma de Informação do Setor

www.agrorevenda.com.br



PUBLIQUE NEWS

PODCAST
RADAR AGRO

PUBLIQUE VIEWS

Fale conosco: (11) 9 9364 1398 com Amanda • publique@publique.com

SEGURA O TRANCO NA SECA



O MINERAL DA SECA

Benefícios

- Não requer adaptação;
- Melhor aproveitamento do capim;
- Possui promotor de crescimento e eficiência alimentar;
- Pode ser utilizado para todas as categorias animais; facilita o manejo na propriedade.

AGROQUIMA

www.agroquima.com.br

IHARA anuncia novo Presidente



José Gonçalves do Amaral, novo presidente da IHARA.

A IHARA, empresa especializada em tecnologias e defensivos para a proteção de cultivos, nomeou José Gonçalves do Amaral como novo Presidente. Ele ingressou na empresa em 1992, estava atuando como superintendente, respondendo ao então Presidente Julio Borges Garcia, que assumiu a presidência do Conselho de Administração. As mudanças fazem parte do plano de sucessão da empresa e refletem a

confiança dos acionistas japoneses na gestão e no crescimento da IHARA no Brasil. A empresa de pesquisa e desenvolvimento leva soluções aos agricultores brasileiros há 55 anos, para que eles possam produzir cada vez mais alimentos, com qualidade e de forma sustentável. Conta com portfólio completo de fungicidas, herbicidas e inseticidas, para proteger mais de 100 diferentes tipos de cultivos. **AR**

Marcelo Habe na Nufarm

O engenheiro-agrônomo Marcelo Habe, com mais de 25 anos de experiência no agronegócio, assumiu o cargo de Diretor de Marketing da Nufarm Brasil. Ele será responsável por gerenciar o planejamento estratégico e tático de marketing, consolidar o acesso ao mercado e o posicionamento do portfólio da companhia. Marcelo Habe é mestre em Fitopatologia pela Universidade de Brasília,

tem MBA Executivo em Gestão pela Fundação Dom Cabral e especializações pelo INSEAD. O executivo também registra passagens pelas companhias Zeneca, Syngenta e Agrichem Nutrien.

A Nufarm atua há mais de 100 anos no agronegócio, tem sede em Melbourne, na Austrália, e possui no Brasil uma unidade fabril em Maracanaú (CE), um escritório em São Paulo (SP) e oito centros de distribuição. **AR**



Marcelo Habe, diretor de marketing Brasil Nufarm.

Movimentações na Trouw Nutrition

A Trouw Nutrition, empresa do grupo Nutreco, valoriza os seus talentos. Como no caso de Cristiane Oliveira, que, desde 2018, era a diretora de RH da companhia na América Latina e, a partir de fevereiro deste ano, ocupa a posição de Global HR Business Partner (HRBP) das áreas Globais de Inovação e Compras, em Amsterfoot, na Holanda. Ela será fundamental para conectar as equipes, em apoio à estratégia

de divisão global. "Estou muito feliz com a oportunidade de contribuir com soluções inovadoras e a transferência de conhecimento para nossas equipes comerciais", pontua Cristiane. Para a Diretoria de RH Latam da Trouw Nutrition, chega a venezuelana Maria Andreina Mayz Hernandez, outro exemplo de valorização dos talentos da organização. Durante dez anos, ela trabalhou no Makro, empresa que faz parte do grupo SHV, assim como a Nutreco. **AR**



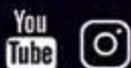
Cristiane Oliveira, Nova Global HR Business Partner.



**Prateleira
de cima do
agronegócio.**

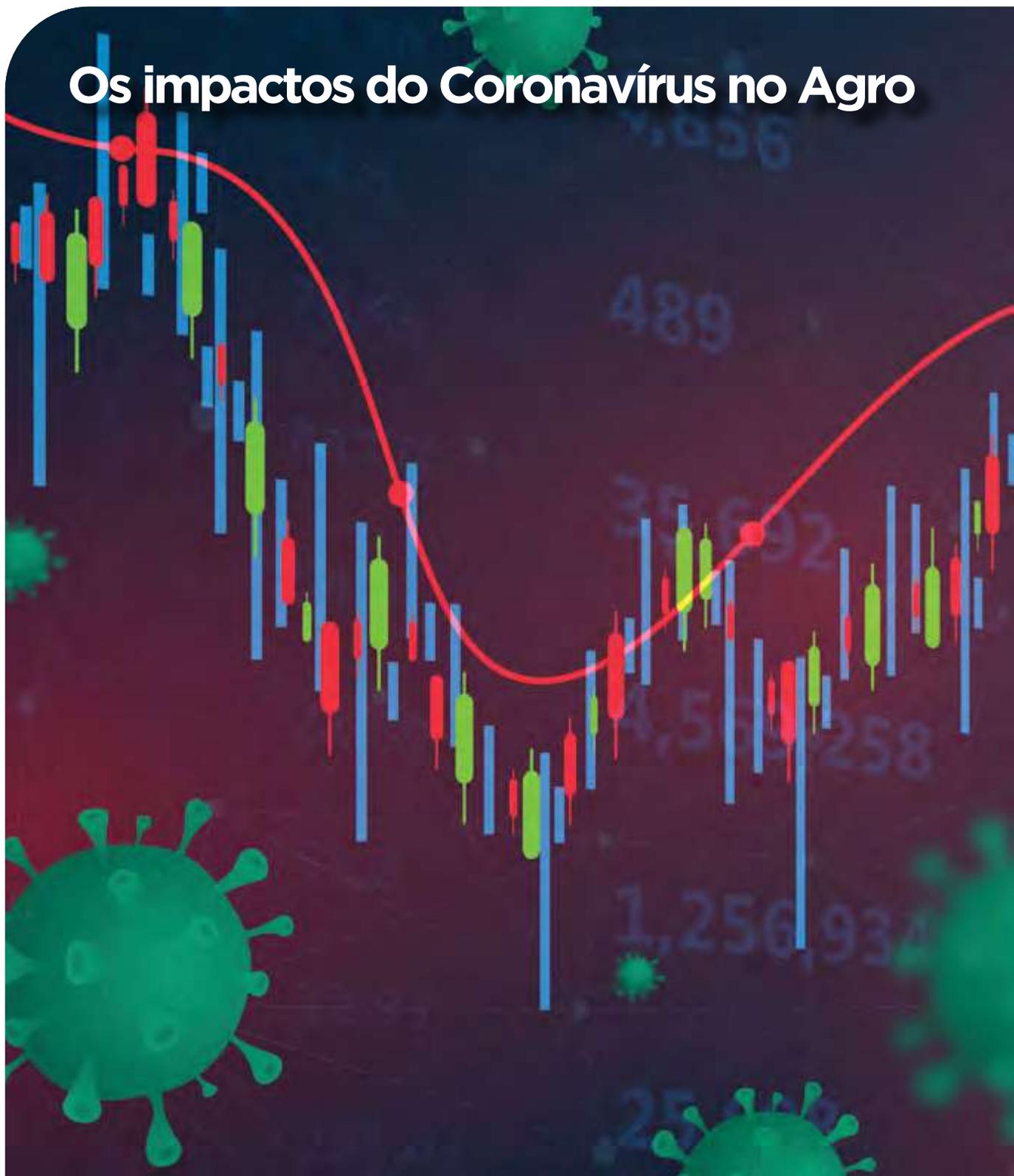


*Confira
mais detalhes*



Assista,
curta e
compartilhe
 /falacarlaio

Os impactos do Coronavírus no Agro



Começando na arena internacional, tivemos uma das maiores mudanças de cenários observada em décadas de análises. Como

um tsunami, a crise do coronavírus bateu no planeta com efeitos trágicos como perdas de vidas e paralisa de atividades econômicas, sem preceden-

tes na história recente da civilização. Numa mudança de ambiente que jamais tinha visto na carreira, uma nova norma surgiu: temos que dar uma pa-



rada no mundo e no Brasil e diminuir, drasticamente, a velocidade de transmissão do vírus, lutarmos todos visando evitar o sufocamento do sistema de

saúde e uma perda maior de pessoas nos segmentos mais vulneráveis, os mais idosos e os que têm mais riscos. Parar uma atividade não é simples, ainda

mais quando se tem um mundo organizado em cadeias integradas de valor, com muitos produtos perecíveis de logísticas sofisticadas e sensíveis. Os impactos são brutais, a começar pelo setor de serviços, que tomba de imediato, seguido da indústria e, por fim, a agricultura, uma vez que a comida é a última coisa a ser cortada por quem perde o trabalho e a renda.

A Organização Mundial do Comércio (OMC) traz um cenário catastrófico. As trocas globais em 2020 cairiam numa faixa entre 5% a 30%, espalhando destruição de valor em produtores, compradores, transportadores e outros. Estimam que o PIB mundial, de uma expectativa anterior de crescimento ao redor de 3%, cairia de 5% a 6%, ou seja, 9 pontos de diferença. Seria uma queda maior que a observada na última crise mundial, em 2009. Além dos danos econômicos, tem a questão da retomada da confiança pelas pessoas e empresas, que pode ser muito lenta, afinal o vírus pode continuar a ameaçar. Quanto maior a participação percentual do setor de serviços no PIB, como disse no primeiro parágrafo, maiores os tombos. Segundo o Bradesco, a economia dos EUA encolhe 1,5%, a da China cresce 3% (era 6%), Europa cai 2,2%.

O mundo ajoelha-se ao vírus que muitas mudanças trouxe em curto espaço de tempo e ainda trará. O agro em geral será um dos setores menos atingidos, mas isso não vale para todas as cadeias produtivas e todos os setores, como veremos a seguir.

Uma das atividades que saiu à frente tendo benefícios na crise foi a dos supermercados, uma vez que houve uma mudança brutal do canal de vendas de alimentos, indo dos restaurantes, fast-food e outros tipos do chamado foo-



dservice para o canal supermercadista. São números que impressionam. Na Inglaterra, o consumo em supermercados aumentou em 361 milhões de libras por semana, ao redor de 13 libras por casa por semana, um crescimento de 21% (Blacktower). Varejistas ingleses estão contratando milhares de pessoas, devido ao aumento da demanda, quase 45 mil vagas oferecidas. Nos EUA, a empresa de pesquisa Chicory levantou um crescimento de 123% nas vendas on-line de supermercados, comparando com o mesmo período do ano anterior. Para os restaurantes, um cenário desolador.

Confirmando o que havia dito nas duas análises anteriores, a China, que está em estágio mais avançado no combate ao coronavírus, vai recompondo suas importações com uma política de elevação de estoques, consumidos durante os meses de parada. Porém, como parte dessa crise, a China exportadora vai sofrer com a redução do crescimento mundial e menores importações. Deve entrar firme comprando carnes e outros produtos do agro brasileiro neste semestre, sendo um fator positivo para nós, levantando os preços da arroba no Brasil e também das outras carnes. Fri-

goríficos que pararam (estima-se cerca de 5 a 10% da capacidade) deverão afiar as facas e cortar novamente.

Outra tendência que deve ganhar muita força é o aspecto sanitário dos alimentos, ainda mais depois dessa crise sanitária, e o Brasil deve investir pesadamente nos mecanismos de controles, sejam públicos ou privados, para garantir a segurança dos alimentos para os mercados internos e externos.

O tsunami atinge o Brasil também violentamente. Já desanimados com os impactos do Coronavírus, o novo Boletim Focus vem com incrível tombo, talvez a maior variação já vista em um mês. O PIB passou de crescimento de 1,48% para queda de 0,48% neste ano, permanecendo em 2,5% para 2021. O IPCA também caiu de 3,04% para 2,94%, ficando ao redor de 3,6% em 2021. No câmbio a projeção é de R\$/US\$ 4,50 para 2020 e R\$/US\$ 4,30 para 2021, sempre considerando o final do ano. A Selic deve encerrar este ano a 3,5% e em 2021 em 5,0%. O destaque aqui é a queda sem precedentes da taxa de juros, ou seja, o custo do dinheiro caiu muito, resta saber de sua

disponibilidade, uma vez que a incerteza e a desconfiança subiram muito e a concessão travou. Segundo o Bradesco o PIB do Brasil cai 1,2%, com serviços caindo 1,2%, indústria caindo 0,8% e agricultura crescendo 1%.

Neste momento de incerteza, o campo nos brinda com notícias animadoras. A Conab traz em seu boletim de março uma expectativa de produção 251,9 milhões de toneladas de grãos, crescimento de 4,1% em comparação à safra passada, quase 9,9 milhões de toneladas incrementais. Já para área cultivada, espera-se um crescimento de 2,4%, chegando a 64,78 milhões de hectares. Soja deve bater recorde de produção devido as boas condições climáticas, chegando a 124,2 milhões de toneladas com incremento de 2,6% da área. A área com algodão deve crescer 3,3%, enquanto que milho segunda safra aumenta 2,1%. A primeira safra de milho registrou incremento de 3,2% na área e deverá produzir 25,6 milhões de toneladas. Aparentemente a chuva vem caindo na segunda safra de milho, que é absolutamente importante neste momento.

Na carona desses bons preços em reais e da produção citada pela CONAB, o MAPA aponta para um valor bruto da produção de 2020 estimado em R\$ 683 bilhões (8,2% acima do valor de 2019). De fevereiro a março, a estimativa subiu praticamente R\$ 9,1 bilhões. Deve subir ainda mais com esse novo patamar do Real (desvalorizado). Nas lavouras esperam-se R\$ 448,4 bilhões sendo gerados (9% a mais), sendo que na soja deveremos ter R\$ 160,2 bilhões (16% a mais). Milho também cresceu 15%, chegando a R\$ 74 bilhões. Nas cadeias da pecuária, o valor está em R\$ 234,8 bilhões,

sendo R\$ 1,3 bilhão menor que a última projeção, mas ainda assim quase 7% maior que o ano passado. Imaginemos o Brasil doente e ainda sem a geração desse caixa, dessa renda, como estaria a situação.

Devido ao fechamento de alguns portos na Ásia e outras restrições, era esperado queda em nossas exportações neste início de ano. Fechamos fevereiro com US\$ 6,41 bilhões (MAPA), caindo 6,3%. As importações do agro caíram (11,2%), e o superávit cai para US\$ 5,35 bilhões (5,2% menor que fevereiro de 2019). Grãos e produtos florestais perderam um pouco, apesar das carnes subirem 11,3%. Temos que correr atrás, pois no acumulado do ano estamos em 8% abaixo do primeiro bimestre de 2019. Foram US\$ 12,27 bilhões vendidos. Vejam que importante monitorar o comportamento da China, pois quase 31% das nossas vendas foram lá. A Ásia teria que compensar possíveis perdas na Europa neste ano.

Na soja e no milho temos situações bem confortáveis. Beneficiados pelo câmbio e por esses aspectos de consumo, os preços estão remuneradores e boa parte das produções vendidas já foram fixadas, portanto não são fonte de preocupação neste momento dos impactos do Covid-19. Devem até ter uma demanda maior para rações com o aumento das exportações de carnes. Lembremos também que muitos agricultores fizeram compras antecipadas de insumos, portanto uma estratégia vitoriosa em tempos de real mais valorizado. Estamos colhendo a nossa melhor safra de soja da história, praticamente concluída, e no milho podemos chegar a 100 milhões de toneladas. Os estoques de ambos nos EUA estão um pouco mais baixos.

Neste março foi batido o recorde histórico de embarque de soja num

mesmo mês, com um total de 13,3 milhões de toneladas. Neste ano já embarcamos 21,4 milhões de toneladas, 17% a mais que o primeiro trimestre de 2019. Somente em março a China originou praticamente 10 milhões de toneladas (47% a mais que março de 2019). No trimestre, os chineses compraram 16 milhões de toneladas, 17% a mais que no ano anterior.

Negativo foi ao algodão, que teve queda de preços devido ao coronavírus (17% em março) e a postergação de compras de produtos têxteis, aliada ao menor preço do petróleo e maior competitividade da fibra sintética. Mas boa parte da safra que vem já foi fixada a preços mais remuneradores e também tem o câmbio jogando a favor. Mas perde um pouco de consumo, conta a ser paga mais adiante.

Outro perecível que merece atenção é o leite, o qual soluções criativas também precisam ser pensadas para se evitar a perda do produto, cuja cadeia de suprimento é extremamente perecível e não conta com folga alguma. Teoricamente o consumo não é para cair, mas questões de logística preocupam.

O fato é que a crise do coronavírus nos mostrará um mundo diferente, podendo trazer maior solidariedade global e integração entre sociedades, algo meio esquecido. Momento de calcular mais os riscos, ter mais flexibilidade e adaptação, mais cuidado com o que foi chamado nestes dias de infotoxicação, ou seja, o excesso de informações falsas, alarmistas, descontraídas, que só prejudicaram as pessoas. Um novo aprendizado virá e novas pessoas vão se sobressair, e no geral sairemos desta com um aumento da nossa capacidade analítica. Simplicidade será a bola da vez.

Os cinco fatos do agro para acompanhar agora diariamente (talvez não diariamente, mas a cada hora) em abril são:

- Os impactos do coronavírus na economia mundial, nas nossas exportações do agronegócio e nos preços das commodities;
- Os graves impactos do coronavírus na economia brasileira e o andamento dos problemas, das operações logísticas, a governança política e a gestão da crise instalada;
- O comportamento do clima na segunda safra de milho, não podemos ter problema na oferta;
- China e Ásia: seguir as notícias dos impactos da peste suína africana na produção da Ásia nos preços e quantidades de carnes importadas do Brasil. Assunto ficou meio esquecido com a crise do coronavírus, mas segue presente;
- Expectativas da safra a ser plantada nos EUA e os destinos do milho que não será usado para etanol. **AR**

Marcos Fava Neves

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



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

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

Desenvolver pessoas é estratégico

Ação provoca a melhoria de performance, aumenta os resultados e sustenta atuação de longo prazo das revendas



A maior concentração das indústrias de insumos, o aparecimento de plataformas online de vendas de insumos, a configuração da agricultura 4.0 com tecnologias digitais e a maior participação das mulheres na atividade agropecuária são algumas mudanças que estamos

vivenciando no cenário atual do Agro e que impactam significativamente os modelos de negócio e a gestão dos distribuidores de insumos.

Neste contexto de mudanças significativas, as agrorrevendas devem mais do que nunca investir a fundo em um

dos seus recursos mais valiosos: as pessoas. Desenvolver as pessoas que dão vida aos negócios para lidar com essas mudanças e as que ainda virão não é mais questão de escolha, é uma necessidade para as organizações que quiserem se manter competitivas e crescer no mercado. Neste sentido,



menta das organizações, e que deve ser cada vez mais utilizada, é o Programa de Desenvolvimento de Pessoas. Um programa desta natureza é constituído por uma série de práticas que visam a gestão e melhoria de performance de seus funcionários, seja por meio da gestão de metas, por meio da criação de um sistema de incentivos como a Participação nos Lucros e Resultados (PLR) ou por meio de capacitações que visam o desenvolvimento de seus funcionários.

Vale lembrar que o Programa de Desenvolvimento de Pessoas deve estar alinhado com as diretrizes do Plano Estratégico da Organização, contribuindo para a visão de longo prazo da revenda, e para o que sua liderança traçou em termos de atuação no mercado. Da mesma forma, o Desenvolvimento de Pessoas está diretamente interligado ao desenho da Estrutura Organizacional de uma empresa, ou seja, do desenho de um organograma bem definido e do que é esperado de cada posição, com atribuições de atividades, competências técnicas e comportamentais, além de KPIs de mensuração de resultado.

Dessa forma, um Programa de Desenvolvimento de Pessoas bem elaborado (ou Talentos, como alguns costumam chamar) faz a conexão entre decisões estratégicas da empresa e o que se espera de cada área/cargo, contribuindo, assim, para a evolução dos funcionários nos diferentes cargos da empresa, ao longo de seu processo de desenvolvimento. A partir deste plano, é possível obter resultados significativos no mercado, afinal, como já mencionamos, parte importante do resultado de uma empresa está na performance e no engajamento das pessoas que atuam na mesma. Sendo assim, o Programa de Desenvolvimento de Pessoas é uma

importante ferramenta para criação de equipes de alta performance e deve ser considerado um investimento e não um custo para a organização.

Ter clareza do que a organização espera de cada colaborador, alinhando esta expectativa com a estratégia da empresa e com o desenho de sua estrutura e processos, é o primeiro passo para se montar um Programa de Desenvolvimento de Pessoas de sucesso. Em uma próxima edição, traremos o passo a passo para a construção de um Plano de Desenvolvimento de Pessoas para sua empresa. Lembre-se da citação que fizemos no início e reforçamos, aqui, a única coisa pior do que formar colaboradores, e eles partirem, é não formá-los e eles permanecerem no seu negócio, entregando resultados insatisfatórios. **AR**

Camila Guimarães

Especialista em Marketing, Estratégia de marca, Pesquisa e Inteligência de Mercado.

Júlia Tittoto

Consultora e Educadora corporativa, com foco em Formação e Desenvolvimento de Líderes de Alta Performance, Sucessão Familiar, Carreira, Reestruturação Organizacional e Mapeamento de Processos.



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

a capacitação passou a ser uma estratégia de sobrevivência e sustentabilidade no longo prazo. Como dizia Henry Ford: “Só há uma coisa pior do que formar colaboradores e eles partirem. É não formá-los e eles permanecerem”.

Neste sentido, uma importante ferra-

Transformação Digital

Uma pauta necessária para o planejamento estratégico de Distribuidores e Produtores



Empresas de tecnologia voltadas ao agronegócio, denominadas “Agtechs”, multiplicam-se pelo Brasil. Segundo o último levantamento, o “Radar AgTech Garage 2019”, foram mapeadas 1.125 empresas. No mundo da inovação, muitos negócios ficam pelo caminho e, das centenas de “Ag-Techs” atualmente operando no Brasil, poucas devem continuar existindo nos próximos cinco anos. Estima-se que cerca de 70% das Startups não sobrevivem aos vinte primeiros meses de vida.

A alta taxa de mortalidade destas empresas impõe um desafio para produtores e distribuidores, relacionados ao filtro e à seleção de tecnologias que de fato podem alavancar seus negócios. Como são tecnolo-

gias novas e ainda não validadas em larga escala, há sempre a dúvida sobre os benefícios concretos dessas tecnologias. Em nossos estudos setoriais, participação em eventos e conversas com empresas, identificamos alguns fatores que justificam a adoção das tecnologias. De maneira geral, pode-se dizer que o uso das Agtechs dentro de um modelo de negócio pode estar associado à geração de receitas ou à economia de custos, ou às duas coisas ao mesmo tempo.

A seguir, vamos explorar os principais fatores que devem motivar à adoção de tecnologias, ou mesmo justificar a sua criação, do ponto de vista do produtor e dos distribuidores.

MOTIVAÇÃO PARA OS AGRICULTORES

Uso de insumos – A pressão sobre as margens da atividade e, consequentemente, a obrigação de redução de custos de produção, traz a necessidade de uso racional de defensivos, fertilizantes e água. Tecnologias que promovam a racionalização do uso de insumos sem perda de produtividade são fonte de valor para o produtor.

Eficiência operacional - Assim como os insumos, as operações com máquinas representam parcela importante dos custos de produção. Alcançar melhores resultados com o mesmo conjunto de ativos é imperativo para a sobrevivência do produtor. A automação de máquinas, por exemplo, torna o uso do ativo mais

eficiente. Tecnologias que permitam melhor explorar os ativos trazem resultados imediatos aos produtores.

Adequação da genética – A semente é chave para bons resultados de produção, podendo ser o fator decisivo para a boa rentabilidade do produtor. O desafio está em casar a melhor genética com fatores de resistência a pragas e adaptabilidade a condições edafoclimáticas. Tecnologias que consigam cruzar informações de genética, pragas, clima e solo de microrregiões, e consigam indicar cultivares e/ou híbridos mais adequados com precisão, geram muito valor para o produtor.

Custo de gestão – A gestão das atividades e dos controles tem impacto na rentabilidade de produtores, seja por em si consumirem tempo ou por não ser muito bem-feita, não permitindo boas tomadas de decisão. Automação, softwares de gestão e uso de inteligência artificial podem criar muito valor a produtores se permitirem a redução de custos de gerenciamento da atividade e melhorarem a gestão de custos para tomada de decisões mais rápidas e mais assertivas. Plataformas que integrem os diversos dados, como por exemplo, preço de compra de insumos, área aplicada, produtividade alcançada, despesas com máquinas e mão de obra, e ajudem o produtor na avaliação de resultados e tomada de decisão, criam muito valor.

MOTIVAÇÃO PARA A REVENDA

Processo de vendas - Uso sistemático de informações sobre o produtor pode melhorar o processo de vendas e direcionar a abordagem comercial mais adequada. Customizar a forma de contato, o relacionamento e as ofertas de produtos e serviços, com base em diversos pontos de informação que os distribuidores têm dispo-

nível, pode levar o processo de gestão de carteira e relacionamento com clientes a um novo patamar. Os ganhos potenciais com tecnologias digitais estão relacionados à análise dos bancos de dados disponíveis para traçar estratégias comerciais mais assertivas, cruzamento de informações de monitoramento de campo, dados históricos e hábitos de compra.

Comunicação e contato - Com ferramentas de comunicação digitais, já é possível estar em contato mais frequente (remoto e também automatizado) com menor custo de venda e ganho de escala de trabalho da equipe comercial. Essa realidade já está presente com o Whatsapp, mas os distribuidores têm pouco controle deste processo. Transformar a comunicação com clientes em um processo estruturado que complemente os contatos presenciais com as abordagens remotas pode ser uma alternativa para melhorar a eficiência de distribuidores e homogeneizar a comunicação.

Assistência técnica - Ferramentas de monitoramento de condição de lavoura por imagem de satélite com frequência semanal ou mais frequente, sensores e estações climáticas em cada propriedade e softwares de gestão agrícola, podem tornar-se ferramenta de trabalho para a equipe comercial. O vendedor deverá passar a ser muito mais um consultor de negócios. Investir em ferramentas como estas pode ser o diferencial para as equipes comerciais atualmente.

Redução de risco de crédito – A partir de informações que podem ser coletadas quase em tempo real ou com frequência muito elevada e baixo custo (ex.: monitoramento satélite, imagens de drones), modelos de risco de crédito podem ser revistos e incorporar estes dados antes indispo-

níveis ou de obtenção muito cara. Por exemplo, com base em imagens de satélite, é possível avaliar o histórico de pelo menos cinco anos de produção de terminada área agrícola e fazer inferências sobre sua produtividade.

Em ambientes competitivos, nos quais as margens são espremidas, quem colhe os frutos do uso de novas tecnologias são os que as utilizam primeiro. Quando estas forem amplamente utilizadas por todos os jogadores do mercado, a tendência é que deixem de ser o fator de diferenciação de rentabilidade e passem a ser condições estritamente necessárias para todos. Isso traz um desafio e uma oportunidade para produtores e distribuidores: saber investir nas tecnologias mais relevantes, isto é, que criam valor (seja por economizar em custos ou por elevar produtividade) e conseguir integrar tais tecnologias ao atual modelo de negócio de maneira que o potencial seja realmente aproveitado. Convidamos vocês, produtores e distribuidores, a debater dentro do seu negócio sobre as tecnologias que devem alavancar os resultados da atividade. Inclua este tema no seu planejamento estratégico anual! 

Fernando De Cesare Kolya

Mestre em Administração, Engenheiro Agrônomo, sócio da Markestrat e Professor no MBA da FGV em Agronegócios.



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



Agroquima - 50 anos de pioneirismo

Empresa completa cinco décadas de atuação, está presente em seis estados e é reconhecida por introduzir o plantio direto e a suplementação com ureia ao gado no inverno do Centro Oeste brasileiro

Unidade Sementes da Agroquima.



“O futuro são as pessoas. Nosso programa de estagiários já formou até gerentes, gente que está há muito tempo conosco. Se pensarmos para a frente, temos que formar pessoas. Se fizermos o dever de casa, o futuro vem.”

Rafael Barsch,
Diretor Financeiro da Agroquima

Quando os seis jovens resolveram criar uma empresa no fim da década de 1960, no calor solitário do Cerrado do Brasil, traziam dois propósitos em mente. A parceria

fechada com uma multinacional reconhecida no mercado internacional e a certeza de que eles teriam que acompanhar o andar das tecnologias e o trabalho das multinacionais do segmento. Duas apostas ousadas para um país ainda litorâneo e uma sociedade que flertava com regimes rivais da livre iniciativa privada. Deu trabalho domar a terra infértil, vencer a seca dos invernos, por em pé uma logística inexistente, inovar em manejos e siste-

mas produtivos e criar um mercado sólido de produtos agropecuários, além de alimentos para uma população que saiu com tudo da praia para o sertão.

Fundada em outubro de 1969, em Goiânia (GO), a Agroquima Produtos Agropecuários Ltda começou a funcionar para introduzir no estado uma diversificada linha de produtos destinados ao aumento da produtividade através de técnicas avançadas. Dez anos de-



Presença em seis estados e 23 municípios brasileiros.

pois, ajudou a introduzir a revolucionária tecnologia do plantio direto no Cerrado, nas lavouras de soja e milho. E foi a primeira empresa a indicar a suplementação com ureia no período seco para bovinos, com o sal mineral. Tanto que possui o primeiro sal mineral com ureia, líder de mercado até hoje, além de ter criado uma linha completa de suplementos minerais e rações em gado de corte e leite.

O tempo passou, mas o pioneirismo não. Foi das primeiras a vender herbicidas para pastagens, com áreas de destaque no Brasil e na América Latina. E levar ao campo representantes comerciais distribuídos em todas suas áreas de atuação, a maioria formada por agrônomos, veterinários, zootecnistas e técnicos agrícolas, trabalhando diretamente com o agricultor e o pecuarista. O dinamismo resultou na presença em seis estados brasileiros (Goiás, Mato Grosso, Minas Gerais, Tocantins, Pará e Maranhão), com pontos de venda em 23 municípios (Goiânia, Cristalina, Mo-

zarlândia, Rio Verde, Jataí, Mineiros, Uruaçu, Morrinhos, Formosa, Jussara, Cuiabá, Barra do Garças, Confresa, Uberlândia, Unaí, Araguaína, Palmas, Redenção, São Félix do Xingu, Marabá, Paragominas, Xingua e Imperatriz). A sede administrativa fica em Goiânia e as três fábricas na capital goiana, Aparecida de Goiânia (GO) e Cuiabá (MT). Os principais fornecedores são gigantes da indústria mundial como Corteva, Vale, Vetoquinol, Gerdau, Jacto, entre outras.

“Acompanhamos as tecnologias e o trabalho das multinacionais ao longo desses cinquenta anos, o que nos tornou uma empresa diferenciada. Com produtos sólidos e lançando soluções novas, como a ureia na alimentação do gado, que foi um grande passo para a empresa. Afinal, estávamos em uma região com seis meses de seca e, na época, não havia tecnologia para dar alimento para os rebanhos. Hoje, o nosso portfólio é muito moderno e nossa tecnologia muito avançada”,

explica o executivo Rafael Barsch, diretor financeiro da empresa.

O progresso foi imenso. A Agroquima vende e distribui sua linha própria de sementes para pastagens (Sementes Agroquima), é parceira da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), via Unipasto, na pesquisa e desenvolvimento de novas espécies forrageiras, e tornou-se o principal cliente da Corteva na América Latina. Ainda possui um programa de difusão dos seus produtos através de palestras, dias de campo, áreas demonstrativas em fazendas e universidades, participação em leilões e feiras agropecuárias, propaganda em TV, rádio e revista, outdoors, malas-diretas e placas de fazenda. Além de um conceituado e tradicional programa de estágio para estudantes de Agronomia, Veterinária e Zootecnia, existente desde 1977. Por estes méritos faz parte da lista das grandes empresas do ramo no país, tendo sido vencedora de importantes prêmios nacionais, como o Prêmio Nacional Mérito Fitossanitário,

oferecido pela Associação Nacional de Defesa Vegetal (ANDEF); Prêmio de Meio Ambiente, oferecido pelo Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia de Goiás (CREA – GO), e Destaque como maior cliente da então Dow Agrosiences na América Latina. “Estou muito satisfeito com o atendimento dos competentes funcionários da revenda. Eles têm bons produtos, são eficientes”, reconhece Emílio Pereira, cliente da Agroquima há 21 anos, produtor de gado Jersey em Pirinópolis (GO). “Realmente, a empresa proporciona bons produtos, confiança no que vende e entrega ao cliente”, fala Paulo Pereira, consultor de vendas e 41 anos de empresa.

No ano passado, a Agroquima completou cinquenta anos de trabalho e instituiu novamente a gestão de pessoas e o relacionamento com clientes como molas propulsoras do futuro do negócio. “Os objetivos centrais são formar pessoas, com atenção plena para as pessoas que estão com a gente faz tempo. Ter um bom relacionamento com fornecedores e os concorrentes. E manter uma equipe de técnicos consultores que não são apenas vendedores e sim agregadores de resultados para os empresários rurais”, revela Rafael Barsch. O olhar atento para o mercado também faz parte da lição de casa. “As fusões e aquisições em nosso segmento vão continuar. Em grande



Paulo Pereira, consultor de Vendas há 41 anos na Agroquima, e o pecuarista Emílio Pereira, cliente há 21 anos.

“Realmente, a empresa proporciona bons produtos, confiança no que vende e entrega ao cliente.”

Paulo Pereira,
consultor de vendas da Agroquima

parte, para as empresas terem caixa e poderem investir em soluções para os clientes e produtores. Temos que estar muito próximos destas mudanças,

buscar conhecimento, entender esse mercado, estar ao lado dos fornecedores”, examina Aldo Maia, o comandante da Agroquima. **AR**

AGROQUIMA PRODUTOS AGROPECUÁRIOS LTDA.

- Fundada em outubro de 1969, em Goiânia (GO).
- Presença em seis estados brasileiros: Goiás, Mato Grosso, Minas Gerais, Tocantins, Pará e Maranhão.
- Três fábricas em Goiânia, Aparecida de Goiânia (GO) e Cuiabá (MT).
- Pontos de venda em 23 municípios.
- Produtos: linhas herbicidas para pastagem, agrícola, nutrição animal, veterinária, sementes (pastagem e Integração Lavoura – Pecuária) e arames.

Show Rural Coopavel 2020

Evento abre circuito das grandes feiras, dá o pontapé inicial na promoção do Bradesco e promove negócios entre produtores e indústrias de insumos



Show Rural movimentou R\$ 2,7 bilhões, recebeu 300 mil visitantes e 650 empresas expositoras.

É considerada pelo seu presidente, Dilvo Grolli, como a 'vitrine da tecnologia do novo Brasil'. Não é para menos. A Cooperativa Agroindustrial Cascavel (Coopavel) tem 29 filiais na Região Oeste do Paraná, faturou no ano passado R\$ 2,7 bilhões, obteve lucro acima de 85 milhões de reais, mantém seis mil funcionários e reúne 5,5 mil associados. Tamanho suficiente para erguer a 32ª edição do Show Rural Coopavel, primeira grande feira agropecuária do ano. "O Brasil vai crescer três vezes mais do que no ano passado. Estamos agregando valor ao que o produtor nos entrega, comercializando ração e carnes", avaliou entusiasmado Grolli, 35 anos de Coopavel e outros 25 anos no comando da cooperativa. Ele tem motivos para comemorar. E o Grupo Publique, que marcou presença forte no evento com

as unidades de negócios 'Propaganda e Marketing', 'Plataforma AgroRevenda' e 'Plataforma Fala Carlão', missão que vai pontuar as principais feiras do agro-negócio do Brasil neste ano, conferiu de perto. O Show Rural movimentou R\$ 2,7 bilhões em negócios e recebeu quase 300 mil visitantes, em cinco dias de evento. Com 650 empresas instaladas nos 72 hectares do Parque Tecnológico. "A feira resume a importância do homem do campo em se reinventar para o bom desenvolvimento do agro-negócio. Parte dos recursos foi oferecida por bancos e cooperativas que participaram do evento, por meio de linhas de financiamento", resumiu o presidente da Coopavel, Dilvo Grolli. O desempenho refletiu a boa produtividade e o crescimento da safra. A Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) estima em 251,1 milhões de toneladas

o total da safra de verão 2019 | 2020. O produtor encontrou bons descontos e a situação excelente do valor da carne, tanto bovina, suína como a de frango. Um sucesso obtido com uma parceria 'velha de guerra' com o Banco Bradesco, firmada desde a década de 1970. A instituição montou uma estrutura gigante e levou equipe completa a Cascavel, comandada pelo Diretor de Agronegócio Roberto França, para atender os produtores e lançar a campanha 'Força no Campo', que vai sortear três tratores aos produtores que contratarem crédito rural com a instituição. Os clientes vão ganhar pontos a cada vinte mil reais investidos e poderão ser contemplados com equipamentos de alta potência das marcas John Deere, Massey Ferguson e New Holland, que serão sorteados e entregues nas feiras Agrishow (Ribeirão Preto - SP) e Expointer (Esteio

-RS) deste ano, e Show Rural Coopavel (Cascavel - PR) do ano que vem. “O mundo do agronegócio vai ajudar a economia brasileira e apostamos nos empresários do campo. A campanha quer atender o pequeno agricultor familiar, o médio e o grande agropecuarista. Temos várias opções de produtos financeiros adaptados a todos os segmentos. Certamente, faremos grandes volumes nas maiores feiras brasileiras do setor neste ano”, explicou Roberto França.

Desde 2017, o banco estruturou um sistema de atendimento especializado ao produtor rural no país, com vinte diretorias espalhadas pelo território nacional e assessoria comercial dirigida especialmente aos próprios gerentes. São 14 plataformas espalhadas de norte a sul, com profissionais, analistas, atendentes, engenheiros agrônomos. “Procuramos falar a mesma língua do produtor e dar embasamento técnico para ele. Recebemos os agricultores, apresentamos as linhas adequadas a cada um, disponibilizamos serviço automatizado, propostas e análises de crédito realizadas on line”, detalhou Rinaldo Bachiega, Gerente Departamental do Bradesco. Um dos visitantes mais ilustres no estande do banco foi Luiz Lourenço, Presidente da Cocamar, cooperativa que também atua no ramo de comercialização de máquinas e implementos agrícolas. Ele apontou o momento positivo do setor, destacou a parceria com a John Deere, que começou há três anos e que hoje já fatura quase 300 milhões de reais ao ano, e as facilidades propiciadas pelos financiamentos. “Estamos com muita fé na integração Lavoura - Pecuária – Floresta. Agora reforçada com a chegada da cana-de-açúcar. Ajudando a recuperar o solo da pecuária mais atrasada. É pé na tábua, Brasil. Vamos entrar num ritmo muito bom, os preços estão satisfa-

tórios em reais e isso ajuda a renda do produtor brasileiro”, analisou

“O Bradesco não é só o maior banco privado do Brasil. É uma instituição que tem raízes fortes no agro brasileiro. Está com a Coopavel desde 1970. A setor vai viver uma década espetacular daqui para frente. Podemos chegar a uma safra de 430 milhões de toneladas em 2030, com a ajuda do banco”, reforçou Dilvo Grolli. O Paraná, estado líder na produção de grãos, merece uma atenção especial do Bradesco, mantendo duas Regionais Prime, sete Regionais de Varejo, quase cem agências e mais de quatro mil colaboradores. Uma das direções regionais está nas mãos de João Villela. “Somos o banco com maior presença no Paraná. Vamos crescer 18% sobre o ano passado e é motivo mais do que suficiente para ter montado esse estande maravilhoso, um espaço especial para receber os clientes, ofertar inúmeros negócios”, informou. “Oferecemos diversidade nas linhas de financiamento ao setor, temos recursos, opções, gente capacitada e o espírito do Agro. Assim, marcamos presença em todas as grandes feiras agropecuárias do Brasil. Estamos completando 77 anos de Brasil frisando o conceito de que somos a Força no Campo”, acrescentou Sandro Pinho, Gestor de Cadeias Produtivas do Bradesco.

O entusiasmo é compartilhado por gigantes internacionais da indústria de insumos agropecuários. A Syngenta instalou um verdadeiro laboratório de atendimento, informação e interação tecnológica. Para começar, um centro de conhecimento sobre doenças, pragas e herbicidas. Orientações repassadas aos agricultores de maneira prática e lúdica. Áreas experimentais plantadas, mostrando a potência das variedades, além de uma área es-



Roberto França, diretor do Bradesco Agronegócios: “O mundo do agronegócio vai ajudar a economia brasileira e apostamos nos empresários.”



O diretor Regional, João Villela: “Somos o banco com maior presença no Paraná e vamos crescer 18%.”



Luiz Lourenço, presidente da Cocamar: “É pé na tábua, Brasil. Vamos entrar num ritmo muito bom.”



André Pozza, gerente Comercial da Syngenta NE, SU, SUL e MS.



André Savino, diretor de Marketing da Syngenta: "O objetivo é atingir conexão total no Agro."



Ivan Jarussi, gerente de Marketing para soja e milho da FMC: "Destacamos nossas duas linhas bem fortes para controle de percevejos e lagartas."

pecífica para falar da importância do tratamento industrial de sementes. "Vivemos em um mundo de presente certo num futuro incerto. Clima, dólar, China, etc. Apesar de tudo, temos ótimas perspectivas e produtividade, atuamos ao lado dos produtores para eles fazerem o negócio certo, na hora certa", raciocinou André Pozza, Gerente Comercial da Syngenta para as regiões Nordeste, Sudeste, Sul e Sul de Mato Grosso do Sul. Ele comanda um imenso portfólio de clientes, com soja, milho, trigo, feijão, arroz, café e cana, a partir dos escritórios de Ribeirão Preto (SP) e Londrina (PR). E atendeu centenas de produtores na feira, ao lado de outros profissionais. Como o agrônomo Mateus Remor, que alertava sobre os cuidados com ferrugem, antracnose, mancha alva, etc. Orientando sobre as aplicações certas nas diversas fases da planta, dinâmicas e simulações de manejo. Outro agrônomo, Édson Sawada, abordava o problema do percevejo da soja e os ótimos resultados obtidos com soluções como o Engeo Pleno S, que controla 100% das plantas em apenas duas horas. "É uma formulação inédita, com dois tipos de cápsula, que permitem tanto o choque como a difusão prolongada", reforçou Sawada.

Na área específica que abordou o tratamento industrial de sementes, o agrônomo Rafael Guisso, da Seed Care Institute, centro tecnológico da Syngenta para o desenvolvimento de tratamentos de sementes, explicava a importância desta ação. "É uma questão de segurança, conveniência e qualidade. O tratamento industrial da semente garante ao agricultor receber a quantidade correta de cada produto. Uniformidade que permite à planta expressar melhor o potencial de germinação e crescimento".

Para André Savino, Diretor de Marketing da empresa, a feira teve um resultado

fantástico e a palavra de ordem mais do que nunca é produto. "O objetivo nosso é atingir conexão total no Agro, situar muito bem o agricultor dentro da cadeia e perseguir sustentabilidade ecológica, comercial e financeira. Ligação profunda com o agricultor, dentro e fora do campo. E o nosso Centro de Tecnologia quis enfatizar as soluções que trazem um diferencial a mais. Afinal, controlar doenças, hoje, é um conjunto de produtos", enfatizou. Ponto de vista reiterado por Juliano Assuít, Diretor de Portfólio da Syngenta. "Atuamos com uma extensa linha de produtos, investimos 9% do faturamento bruto em Pesquisa e Desenvolvimento. Cobrimos 95% de tudo o que os clientes brasileiros necessitam, com mais de cem produtos. O mercado não para e nós também não. Estamos sempre pensando e trabalhando em mistura de produtos, potencialização de outros e novas fórmulas".

Outra potência do segmento, a FMC, marcou presença com todo o aparato tecnológico da corporação, encarando de frente o desafio de crescer junto com o Agro Brasil. Marcelo Magurno, Presidente da FMC no país, apontou que a companhia tem investido 8% de suas receitas em Pesquisa e Desenvolvimento de Produtos para fazer frente às necessidades de inovação da Agricultura verde-amarela. "É um lançamento por ano, nos próximos dez anos, envolvendo soja e milho. A soja é nossa grande caçada. Mas também investimos em algodão, cana, milho, café. A FMC é equilibrada em investimentos nas grandes regiões produtoras do planeta. Porém, o Brasil e a América Latina são diferenciados no resultado global da empresa", confidenciou. E para trilhar nesse caminho, andar de mãos dadas com as cooperativas é fundamental. Ricardo Almeida, Diretor comercial da FMC Agrícola, falou do

relacionamento da companhia com as grandes cooperativas. “Nossa estratégia reconhece o sistema e a possibilidade de nos aproximar do cooperado e do produtor final, para transferirmos nossas tecnologias nas diferentes regiões do Brasil. A safra atual é boa, o próximo ciclo vai ser de novos investimentos. Vamos trabalhar juntos ao longo deste ano, vivendo e construindo um grande momento”, afirmou.

E dá-lhe opções para lavradores de norte a sul. Soja, milho e cereais de inverno, além de pequenas culturas. Tudo protegido e crescendo graças a produtos como Talismã, Heroe, Prêmio, Avatar, entre outros. “Estamos próximos dos agricultores, trabalhando constantemente para desenvolver produtos adequados às necessidades deles. O sucesso nosso é medido pelo sucesso do produtor”, disparou Jedir Fiorelli, Gerente de Desenvolvimento de Mercado. “Aqui, no Oeste do Paraná, destacamos nossas duas linhas bem fortes em soja, para controle de percevejos e lagartas. Estamos muito bem posicionados nesta cultura”, acrescentou o agrônomo Ivan Jarussi, Gerente de Marketing para soja e milho. “É entregar o máximo ao agricultor”, bradou o Gerente de Relacionamento com o Mercado Bruno Lucas. Todo mundo sintonizado na mensagem, como frisou Daniela Tavares, a nova Diretora de Marketing da FMC, profissional tarimbada com vinte anos de indústria química. “Estou dentro do agro há seis anos e vejo com satisfação a empresa crescendo muito, com portfólio para avançar ainda mais, aperfeiçoando o relacionamento com os clientes, incrementando a comunicação da empresa com os atores internos e externos”.

E não dá para falar de resultados no Show Rural Coopavel 2020 sem citar

outros atores vencedores nesta seara. “Trouxemos diversos lançamentos a Cascavel, materiais desenvolvidos nos dois últimos dois anos. E tratamos de outros que estão por vir. A YHARA vem mudando bastante, estruturamos uma nova governança, estamos ouvindo conselheiros externos que oxigenam a visão da empresa e o nosso conhecimento. E esperamos traduzir tudo isso em novos produtos para a agricultura brasileira. Vai ser um ano histórico para a empresa e o país. Temos estrutura para desenvolver novas moléculas no Japão e trazer ao Brasil”, indicou o agrônomo José Gonçalves Amaral, Presidente da Ihara, executivo com 28 anos de história na companhia. Quem também recebeu clientes no estande próprio durante toda a feira foi Lécio Silva, Presidente do Conselho de Administração da Ubyfol, empresa 100% brasileira e líder do segmento de nutrição foliar de plantas. “Nossa empresa anda ao lado do produtor, que é o nosso alvo maior. Temos várias soluções dentro do universo de oito micronutrientes que são essenciais para a planta, produzindo com fábrica própria. E aproveitamos para anunciar uma parceria com a Faculdade de Agronomia e Zootecnia de Uberaba (FAZU) para testes em campo de novas tecnologias. Com acompanhamento do corpo técnico da universidade e da empresa. O que só vai beneficiar nossos clientes e potenciais parceiros, nesta jornada para incrementarmos ainda mais o Agronegócio do Brasil”, falou Lécio Silva.

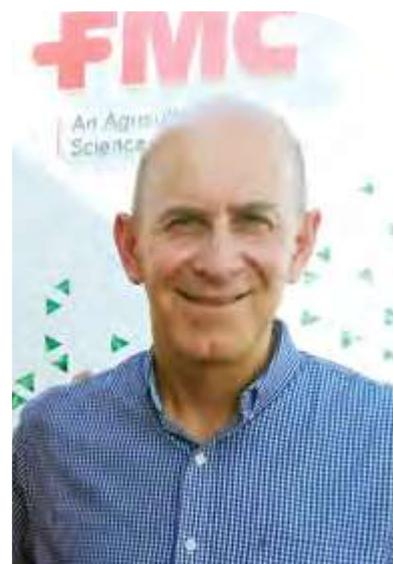
O mesmo entusiasmo experimentado por Marcio Santos, Diretor de Vendas da Bayer, e Jacyr Comachio, agricultor de Medianeira, ganhador do Prêmio Bayer do Clube do Refúgio. Jacyr levou para sua propriedade uma colheiteira de soja e milho da John Deere. “Consegui e estou muito contente. A



José Gonçalves Amaral, presidente da Ihara: “Vai ser um ano histórico para a empresa e o país.”



Marcelo Magurno, presidente da FMC Brasil: “É um lançamento por ano, nos próximos 10 anos.”



Ricardo Almeida, diretor comercial da FMC Agrícola: “Vivendo e construindo um grande momento.”



Equipe do Bradesco no estande do banco no Show Rural Coopavel 2020.

gente sabe da importância de adotar as melhores soluções ambientais dentro da lavoura, respeitando todas as condições relativas ao manejo integrado e às tecnologias empregadas na fazenda”, falou Jacyr. “É emocionante ver um produtor aplicar corretamente a tecnologia e obter resultados. Vale à pena acreditar. O Clube do Refúgio surgiu há quatro anos, já possui 15 mil inscritos no Brasil inteiro e distribuiu cinco mil prêmios para quem aplica a técnica na propriedade, respeitando todos os con-

ceitos de sustentabilidade que orientam a moderna agricultura”, agradeceu Márcio Santos.

Agricultura que traz marcas ainda mais revolucionárias de transformação e produtividade. Um bom símbolo é o trabalho desenvolvido por Sheila Pereira, Diretora Comercial da Corteva, mulher ‘dura nos processos e amável com as pessoas’. São 28 anos de carreira, estilo e marca de competência firmadas por toda a equipe técnica, de oitocen-

tos profissionais da empresa que, diariamente, servem os empreendedores do campo brasileiro. “São muitas novidades trazidas ao Show Rural. Expedition, a nova solução para os insetos sugadores, um modo de ação novo no manejo de percevejos. As variedades do EnList para lagartas e uso de herbicidas contra ervas de difícil controle. E a qualidade das sementes Brevant e Pioneer. Um pacote desenhado para o produtor brasileiro, que é, certamente, um dos mais rápidos e interessados em adotar novas tecnologias no mundo”, sintetizou. Uma ideia que combina à perfeição com o objetivo maior do Show Rural. “A gente se preocupa com o cooperado e com a sociedade onde ele está inserido. Estamos sempre juntos dos produtores rurais e das indústrias e empresas que fornecem os insumos e equipamentos às fazendas, prestando assistência continuamente”, resumiu Jeomar Trivilin, Vice-Presidente da Coopavel.



Equipe FMC no Show Rural Coopavel 2020.

Teresa Vendramini é a nova presidente da SRB

Pecuarista e socióloga paulista assume comando da entidade no lugar de Marcelo Vieira.

A Sociedade Rural Brasileira (SRB) elegeu em fevereiro passado a pecuarista e socióloga Teresa Vendramini como nova presidente. Ela entra no lugar de Marcelo Vieira, que assumiu o posto em 2017, e vai dirigir a entidade até 2022. Diretora do Departamento de Pecuária na gestão de Vieira, Teresa Vendramini integra a terceira geração de uma família que há 80 anos acumula vínculo com o agronegócio. Natural de Adamantina, no interior de São Paulo, gerencia atualmente propriedades rurais em Flórida Paulista (SP) e Mato Grosso do Sul, onde prioriza técnicas de melhoramento genético, qualidade de pastagem, sanidade, preservação ambiental e bem-estar animal.

Em três anos de SRB, a líder feminina promoveu debates, palestras e workshops para capacitação de pecuaristas em todas as regiões do Brasil. "Fui até os agricultores, dos mais sim-



Teresa Vendramini: "Fui até os agricultores para saber dos desafios do Agro."

ples aos mais tecnicados, conhecer na prática suas reivindicações e os principais desafios. Essa aproximação é hoje meu diferencial para ajudar no desenvolvimento do agro brasileiro", declarou. Teresa Vendramini comandará a entidade em parceria com os vice-presidentes Pedro de Camargo Neto, Francisco de Godoy Bueno e Sérgio Bortolozzo. O Conselho também ele-

geu para a diretoria executiva Bento Mineiro, Simone Tanuss, Azael Neto, Renato Diniz Junqueira, Marcelo Schunn Junqueira e Marcus Falleiros.

Fundada em 1919, e formada em sua origem por produtores rurais, a Sociedade Rural Brasileira trabalha há quase um século com políticas públicas e iniciativas voltadas para o desenvolvimento da cadeia produtiva do agronegócio brasileiro.

A noite da eleição contou com várias personalidades e autoridades do segmento, como João Sampaio, ex-Presidente e Conselheiro da Rural; João Adrien, assessor especial da ministra da agricultura Tereza Cristina; Luiz Roberto Zillo, Azael Pizolato e Marcelo Lemos. O Publisher da Revista AgroRevenda e CEO do Grupo Publique, Antonio Carlos da Silva, o 'Carlão da Publique', foi o único jornalista a entrevistar a nova presidente na cerimônia. 



Luiz Roberto Zillo, Azael Pizolato, Carlão da Publique e Marcelo Lemos.

NOVA ABPA

A revolução da Proteína Brasil

Aves e suínos produzem e exportam mais, movimentando como nunca a distribuição de insumos pelas cooperativas. E a previsão segue positiva em 2020



Foi um ano de tirar o fôlego dos avicultores e suinocultores brasileiros. Mais de 13 milhões de toneladas de carne de frango produzidas em 2019. 4,1 milhões de toneladas de carne suína. E quase 50 bilhões de ovos. Exportação de cinco milhões de toneladas das duas carnes, embalada pela crise causada pelos casos de Peste Suína Africana, que assola a

Ásia. “O fato novo foi a entrada fortíssima da China, que ampliou em quase 30% a comercialização de frango e mais da metade de carne suína. Foi um ano extraordinário”, comemorou Francisco Turra, presidente da Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA).

Em 2020, as perspectivas são ainda mais positivas já que toda proteína

animal terá um mercado excepcional nos próximos anos, no mercado interno e exterior. “Os sinais que recebemos da China mostram que a crise de segurança alimentar naquele país deve durar. Na verdade, serão abertos espaços para comercialização em toda a Ásia. Vamos buscar fortalecer os parceiros e abrir novos espaços para exportação”, explicou o diretor-

-executivo e futuro presidente da ABPA, Ricardo Santin.

O consumo dentro do Brasil também está crescendo, principalmente de carne de frango, bovina e de ovos (passou de 212 ovos por ano por habitante para 230 ovos). E em 2020, as granjas devem produzir 5% a mais de frangos e 2% a mais de suínos, total de 18 milhões de toneladas, além de vender quase 5,5 milhões de toneladas para o planeta inteiro. Um volume que envolve como nunca a circulação de insumos no país. "O nosso mercado principal ainda é o brasileiro. Temos condições de aumentar a produção porque contamos com alojamentos mais preparados a suportar esse crescimento, sublinhou Santin. 



Francisco Turra e Ricardo Santin, os comandantes da Avicultura e Suinocultura do Brasil.

ABPA

- Congrega mais de 140 empresas e entidades da avicultura e suinocultura do Brasil.
- Pauta exportadora superior a US\$ 8 bilhões.
- Tutela a gestão, em parceria com a Apex-Brasil, das marcas Brazilian Chicken, Brazilian Egg e Brazilian Pork.
- Promove ações especiais em mercados-alvo | Divulga os diferenciais dos produtos avícolas e suinícolas do Brasil - Fomenta novos negócios para a cadeia exportadora.

RESULTADOS 2019

- Aumento de 2,3% na produção de carne de frango | 13,15 milhões de toneladas | Exportações com aumento de 2,4% - 4,2 milhões de toneladas até o final do ano | Consumo interno atingindo 42,6 kg/cabeça/ano | Elevação de 2,2%.
- # Produção de carne suína com alta de até 2,5% | 4,1 milhões de toneladas | Exportações com alta de 14,5% - China responsável por 32,7% do volume comercializado | Consumo per capita com retração de 2%.
- # Produção de ovos de 49 bilhões de unidades | Elevação de 10% | Consumo per capita subindo 9% - Passando de 212 unidades para 230 unidades por habitante/ano | Vendas externas até 32% menores.

ESTIMATIVAS 2020

- Carne de frango: crescimento de 4% a 5% | produção de 13,7 milhões de toneladas | Vendas externas de 4,5 milhões de toneladas | Aumento de 3% a 6%.
- Carne suína: produção de 4,2 milhões de toneladas | Exportações de 900 mil toneladas | Crescimento de 15% a 20%.

Coamo reúne milhares em encontro técnico

32ª edição contou com mais de cinco mil cooperados e técnicos de indústrias fornecedoras do Agro



Encontro Técnico de Verão reuniu mais de cinco mil cooperados e técnicos de empresas fornecedoras.

Os números combinam com o porte da maior cooperativa da América Latina. Mais de cinco mil cooperados e técnicos de empresas parceiras, em cinco dias. E a força de dezesseis anos de um Dia de Campo que é um dos mais tradicionais

do Agronegócio do Brasil. Foi assim a 32ª edição do Encontro Técnico da Cooperativa Agropecuária de Campo Mourão (Coamo), organizado em fevereiro passado. Dez estações visitadas durante oito horas de mergulho intenso em novas tecnologias e busca por

mais produtividade, na Fazenda Experimental da cooperativa, espaço tecnológico que completou quarenta anos de atividades, mantendo 1.700 diferentes experimentos em grãos. E a parceria sólida de empresas importantes do setor, como Syngenta, YARA, Corteva,

Basf, Agroceres, Spraytech, Stoller, entre outras. Um espetáculo de Ciência, Produção e Cooperativismo.

“Sempre fomos voltados à questão técnica, temos uma grande equipe no campo. E o encontro comemora o aniversário de meio século da Coamo. O objetivo central é levar ao lavrador as pesquisas de instituições, empresas e universidades. Um modelo que escolhe os dez temas mais importantes para o produtor. Quatro dias para os cooperados e um para os técnicos cooperados, da cooperativa e das empresas parceiras. Um encontro no verão e outro para Pecuária e culturas de inverno”, explica Aquiles Dias, Diretor técnico da COAMO.

A força produtiva da cooperativa se traduz em mais de dois milhões de sacas de sementes de soja, trigo e aveia produzidas por ano. “Um produto que cai na mão da Coamo é

um pacote de benefícios ao produtor”, justifica Nelson Caldeira, diretor comercial da Nufarm, marca do Grupo Sumitomo, o segundo player de pastagem no Brasil, participante do encontro há 25 anos. “Estamos aqui desde que começamos a fornecer à cooperativa. É um evento que traz um nível muito grande de tecnologia e manejo, além de diversas possibilidades. Temos que estar presentes”, afirmou.

Luciano Daher, diretor de vendas da Syngenta, reforça que a empresa marca presença há uma década porque a Coamo é referência, pragmática, pautada em resultados. “A agricultura é um laboratório a céu aberto. E a cooperativa tem foco no agricultor, que sai daqui muito melhor. E incorpora novas tecnologias e visões, melhorando o negócio dele”, acrescenta Luciano Daher, executivo de um grupo que vendeu US\$ 23 bilhões no

ano passado e mantém 48 mil funcionários espalhados pelo mundo.

O avanço de soluções que busquem a produtividade crescente, enfatizado na semana do encontro, foi um ponto ressaltado por Rodrigo Oliveira, VP Global da Stoller, agrônomo com 25 anos de empresa, responsável pelos negócios no Cone Sul, Ásia e Oceania. “O potencial genético das plantas é enorme e temos um caminho imenso para produzir. A tecnologia está aí, mas precisamos ter o foco em construir uma planta cada vez mais eficiente. E a Coamo faz um trabalho único na agricultura. Transmite informações que buscam boa propriedade, melhores defensivos melhor adubo. E olha a planta. Como ela cresce com mais eficiência, explorando o máximo possível do que colocamos para ela. Alimentando-se melhor para desenvolver melhor. Com uso racional de todos os insumos, uma tendência global absurda”, conclui. **AR**



Coamo em Campo Mourão (PR), maior cooperativa agropecuária da América Latina.

Corteva lança Granular Insights no Brasil

Empresa entra na área de agricultura digital para atender distribuidores e produtores



Lançamento do Granular Insights, em São Paulo (SP).

A Corteva Agriscience, empresa agrícola global de capital aberto, lançou ao mercado, em fevereiro deste ano, o Granular Insights, ferramenta para monitoramento de lavouras que permite identificar mudanças, facilitar a colaboração com parceiros e obter informações para a tomada de decisões. Uma solução de interface intuitiva e muito fácil de ser usada. Marcando a entrada da empresa na agricultura digital brasileira, nova área depois de produção de sementes e proteção de cultivos. Nascida no Vale do Silício, nos Estados Unidos, a Granular foi fundada em 2014 e adquirida pela Corteva em 2017. O Granular Insights é a primeira solução da empresa no Brasil.

No mundo, ela oferece softwares de dados operacionais, financeiros e agrônômicos, estando presente também no Canadá e Austrália. Atualmente, oferece suporte para mais de 5 milhões de hectares, em 88 culturas diferentes, por meio de um time de 400 pessoas.

Granular Insights utiliza imagens capturadas por uma constelação de satélites, em resolução de 3x3m, majoritariamente das 10 da manhã às quatro da tarde, horário local, para aproveitar as vantagens da angulação do sol a pino e entregar apenas as imagens com maior qualidade. E permite que a lavoura seja analisada a qualquer momento, em qualquer lugar, com

rankings dos talhões para ajudar a priorizar e tomar decisões, mesmo sem internet ou rede de celular. Além disso, cria uma conta em apenas 90 segundos, permite a colaboração entre indivíduos e é modular, permitindo ao produtor escolher o arsenal de dados que deseja.

Granular Insights está disponível para uso no computador e celular, com aplicativos exclusivos para iOS e Android, e pode ser usada em diversas culturas, em diferentes fases de desenvolvimento. O lançamento contou com a presença de Eamon Flood, Líder de vendas global Granular, e Lucas Melo, Líder de Marketing da Granular no Brasil.

“Não queremos apenas vender. Queremos trabalhar na escala, sustentabilidade do uso de dados na produção. E os produtores rurais brasileiros estão gostando porque encontraram e corrigiram vários problemas em suas lavouras, além de considerarem o software de fácil visualização e compreensão. Sem falar que ele é o dono do dado. Não existe transição de informações entre Granular e Corteva. Granular é uma subsidiária independente da Corteva. O agricultor decide com quem deve compartilhar os dados”, explica Lucas Melo.

São imagens de satélites, dados, informações, mapeamento de pastagens, localização de problemas, antecipação de tendência de colheitas, adubação, qualidade do solo, deficiência de nutrição das plantas. Acompanhamento e monitoramento permanente das áreas de produção. Uma solução que aportou no país na metade do ano passado, efetivou inúmeras entrevistas de campo, levantou necessidades e demandas do campo. Na sequência, foi realizado o desenvolvimento exclusivo dirigido à agricultura brasileira. Na sequência, os testes com os produtores.

“O objetivo é estreitar mais ainda as parcerias. E nas soluções mais avançadas, é necessário um conhecimento técnico maior. Por isso, vamos direto ao mercado ajudar o agricultor. Quan-



Lucas Melo, Líder de Marketing da Granular no Brasil:
“Não queremos apenas vender. Queremos escala, sustentabilidade.

do você compra, está mais avançado, você se conecta imediatamente, já se encontra no mercado”, analisa Eamon Flood. Em apenas meio ano, já são um milhão de hectares monitorados, com 1,3 mil usuários, em diversas culturas.

A estratégia vai exigir um relacionamento ainda mais sofisticado com as revendas e os distribuidores de insumos agropecuários. “Nossa conversa, neste caso, é direito com os agricultores. E vários donos de revendas são produtores. Sem falar que desejamos ajudar a distribuição a vender mais um servi-

ço, consolidar todas as informações e ajudando os clientes do varejo e os profissionais envolvidos nas questões de plantio a tomarem as melhores decisões. Queremos que o empreendedor rural, seja qual for, reflita sobre quais ferramentas ele usa para fazer o seu trabalho. E saiba que Granular é uma opção a mais para o produtor, o consultor, o agrônomo e a distribuidora”, garante Lucas. “O mercado brasileiro é bem encorajador. O total de usuários atuais daqui tem um engajamento que não encontramos igual no mundo”, resume Eamon Flood.

AR

GRANULAR

- Criada em 2014, nos Estados Unidos.
- Comprada pela Corteva em 2017.
- Atua nos EUA, Austrália, Canadá e Brasil.
- Possui 400 colaboradores.
- Dá suporte em mais de 5 milhões de hectares pelo mundo.
- Atua com 88 culturas diferentes.

GRANULAR BRASIL

- Lançada em junho de 2019.
- Um milhão de hectares: soja, milho, citros, cana-de-açúcar, eucalipto, etc.
- 1,3 mil usuários.

TECNOLOGIA

- Cria uma conta em 90 segundos.
- Configura facilmente os talhões.
- Vê imagens sem Wi-Fi ou sinal de celular.
- Permite colaboração entre indivíduos.

Indústria de ração cresce 3,5%

Distribuidores e revendas privadas movimentam perto de três milhões de toneladas para pets, peixes e equinos, e esperam um 2020 ainda melhor

As indústrias brasileiras de alimentação animal produziram em 2019 mais de 70 milhões de toneladas, um aumento de 3,5% sobre 2018. Analisando o desempenho do segmento por setores, os destaques ficaram em quase todos os setores: camarões, peixes, gado de leite, suínos, cães e gatos, frangos de corte, gado de corte e equinos. Somente a avicultura de postura 'patinou' um pouco por causa do alojamento bem ajustado de pintainhos. "Tudo foi motivado pelo varejo, as exportações e a confiança dos consumidores. As cadeias produtivas reagiram vigorosamente. Além disso, estamos fazendo nossa lição de casa. Reforma da Previdência e Trabalhista, melhora da percepção do risco país, além das boas safras que estamos colhendo", analisou Ariovaldo Zani, CEO do Sindicato Nacional da Indústria de Alimentação Animal (Sindirações). Mas ele alerta que há algumas incertezas no cenário, como a guerra comercial EUA - China, a instabilidade política de alguns países da América do Sul e o relativo



Ricardo Ribeira, presidente do Sindirações: "Perseguindo qualidade, tecnologia, meio ambiente e novos consumidores."

desinteresse dos investidores estrangeiros pelo Brasil.

Na área de alimentos para cães e gatos, a indústria produziu quase três milhões de toneladas e o ritmo só deve crescer ao longo deste ano, empurrado pela expansão do crédito, queda nos juros e diminuição do desemprego. A imensa maioria da alimentação animal brasileira é distribuída no país diretamente para cooperativas e agroindústrias, que repassam aos produtores rurais. As revendas e os distribuidores ficam responsáveis por aproximadamente 5% do total, por volta de três milhões de toneladas, notadamente para os setores de animais de companhia, peixes, equinos e pequenas criações.

Ariovaldo Zani acredita em um 2020 ainda melhor do que o ano passado, para toda a cadeia, mas alerta para o preço do milho. "Estamos otimistas, mas reforçamos nossa fé na necessidade de adoção de medidas de intervenção mínima do Estado sobre as atividades privadas, a revogação de leis e atos normativos, e o programa de autocontrole nos estabelecimentos de alimentação animal. Mas o milho pode ter o preço mais alavancado ainda, por causa de exportações e problemas com alguns tradicionais produtores. Precisamos ter cuidado. A indústria pode precisar de 10 milhões de toneladas a mais e a importação pode ser necessária. Logo, o Ministério da Agricultura precisa ser ágil para comprar e ajustar os protocolos já que muito deste grão é transgênico e há regras para uso na indústria de proteína animal e exigências internacionais. Outra ques-



Ariovaldo Zani, CEO do Sindirações: "2020 ainda melhor, mas cuidado com o milho."

tão é o câmbio, pois a indústria brasileira do setor utiliza muitos aditivos que são importados", advertiu. **AR**

SINDIRAÇÕES

- Fundado em 1953 | Reúne 140 associados | 90% do mercado
- Sede em São Paulo | Empresas que importam, comercializam e utilizam para consumo próprio
- Setores: frango de corte, galinhas de postura, suínos, bovinos de corte, bovinos leiteiros, peixes e camarões, cães e gatos
- Filiado à FEEDLATINA, Asociación de las Industrias de Alimentación Animal de América Latina y Caribe e International Feed Industry Federation (IFIF)
- Missão: segurança dos alimentos | regulamentação | negociação sindical | acreditação de programas de qualidade | contribuição para assuntos tributários | garantia de suprimento | participação perante organismos internacionais | garantia da sustentabilidade econômico-financeira do setor.

UBYFOL
Excelência em Nutrição Vegetal

O PROJETO DE PRODUTIVIDADE COM A MÁXIMA EFICIÊNCIA.



Potamol

Disperse
ULTRA



Mais raiz. Mais produtividade.

Indicado para o tratamento de mudas e aplicações foliares no início do ciclo. Sua fórmula, altamente concentrada em molibdênio, contém a exclusiva fonte molibdato de potássio, que apresenta rápida absorção e baixo índice salino. Promove a incorporação de nitrogênio ao metabolismo, além de estimular a formação de raízes, maior arranque inicial e superior estabelecimento de plantas.

O adjuvante que integra a calda e a folha.

Disperse Ultra é um adjuvante base água de alta performance, com alta afinidade pela água e pela cutícula vegetal. Garante máximo aproveitamento de nutrientes e defensivos por meio das ações espalhante, adesiva, surfactante, anti-deriva, penetrante e umectante, além de atuar como redutor de espuma. Ideal para aplicações de misturas entre agroquímicos.

UBYFOL, excelência em Nutrição Vegetal

Empresa comemora 35 anos, expande os negócios no Brasil e exterior e planeja faturamento de R\$ 1 bilhão em cinco anos



Fazenda Experimental Ubyfol na FAZU, em Uberaba (MG), com seis hectares irrigados.

O que existe de semelhança entre uma impressão digital e uma folha? Simples. Uma empresa original, única, que fornece produtos que entregam à planta todo o potencial de produção possível para ela devolver os melhores resultados ao mercado. E pensar que tudo começou a partir de um carro antigo, parte da rescisão de um contrato de trabalho, vendido para comprar o primeiro reator do empreendimento. Aí, veio o primeiro produto, o 'balde amarelo, que permanece até hoje no portfólio.

A Ubyfol nasceu corporação familiar, com sócios fundadores que permanecem na empresa até hoje. Em 35 anos, cresceu para operar em vinte estados brasileiros e em outros países, como Paraguai, com loja própria, e parceiros em Portugal (distribuição), África do Sul e Oriente Médio. E planos para expan-

dir os negócios para a Guatemala, Argentina, Colômbia e o Chile. Operação comercial, distribuição própria e parceiros para exportação a partir desses destinos. Os produtos vão sair da unidade industrial instalada em Uberaba (MG), região do Triângulo Mineiro, polo de produtividade de cana-de-açúcar que já alcança 100 toneladas por hectare de produtividade média. Um investimento de R\$ 56 milhões que opera há três anos, considerada a mais moderna planta do setor no Brasil. São trinta mil metros quadrados e capacidade para produzir 100 mil toneladas por ano.

São sais e líquidos obtidos a partir da Tecnologia Polihexose, molécula 100% orgânica, biologicamente ativa e integrada ao metabolismo da planta, que garante absorção eficiente, alta adesividade dos produtos à cutícula vegetal, elevado poder quelante para

proteção dos nutrientes, maior espalhamento e potencializa a translocação dos elementos absorvidos. Soluções que garantem excelência em nutrição para culturas como cana-de-açúcar, algodão, soja, milho, café, frutas e hortaliças. Reconhecidas com as certificações ISO de Qualidade e ABISOLLO. Mais da metade da matéria prima é importada, principalmente da China, Turquia, Tailândia, Coreia do Sul e do Chile. O portfólio conta com 40 produtos próprios. As embalagens receberam atenção máxima, coloridas, inspiram modernidade e facilitam o manejo na propriedade.

Qualidade que garante a parceria de grandes clientes e rendeu R\$ 300 milhões em vendas no ano passado. Quase 40% do total via revendas de insumos agropecuários. Crescimento de 23%, mais do que o dobro do mercado.

“Atuamos em um mercado muito pulverizado, são aproximadamente quinhentas empresas, bastante competitivo. O que nos provoca a fazer um trabalho intenso. Em 2019, passamos à terceira colocação entre as maiores do Brasil e somos a única empresa de capital nacional nesta posição. E crescendo mais do que a concorrência nos últimos anos”, comemora Carlos Landerdahl, Diretor de Marketing. O comando da corporação está em família, com o diretor presidente Fabrício Simões, e o apoio dos sócios Lécio Silva, Olnei Silva e Olce Simões, no Conselho de Administração. E trabalho não vai faltar neste ano de aniversário. Eles prepararam o lançamento de dois produtos e planejaram ações especiais durante todo o período, com 26 ações e eventos no Brasil inteiro. “Estamos expandindo e investindo na profissionalização total dos negócios e processos. O plano estruturado para 2020 contempla priorizar as culturas de maior relevância, como citros, cana-de-açúcar e café. E a Pecuária, que é um mercado crescente pela importância dada às pastagens. Vamos entrar neste nicho de mercado. E permanecer na rota de crescimento de dois dígitos ao ano”, acrescenta Landerdahl.



Fabrício Simões, diretor presidente da UBYFOL: “Os próximos cinco anos serão de grandes investimentos.

A Ubyfol ainda reservou um espaço especial para a empresa trabalhar bem em meio ao quarto grande salto da agricultura brasileira e mundial: o cuidado com a planta. Os ensaios agrônômicos serão testados a campo na Fazenda Experimental da Faculdade de Agronomia e Zootecnia de Uberaba (FAZU), em seis hectares irrigados. É a estrutura de laboratórios, que mantém dez químicos, engenheiros e biólogos atuando em Pesquisa e Desenvolvimento, extração de nitrogênio, garantia da integridade dos elementos dos produtos que saem da fábrica, e mais de 6.500 análises de produtos por ano, utilizando equipamentos modernos, como espectômetro e simulador de pulverização. O laboratório ainda tem estocadas milhares de amostras de produtos Ubyfol, durante um ano a mais do que o prazo de validade de cada um, pois 100% dos lotes são rastreados. “Precisamos entender a planta, saber de fisiologia. Por isso, formamos os profissionais do setor, equipe de gabarito. Para o agricultor produzir mais, ter mais ferramentas, combinar várias tecnologias”, explica o Diretor de Marketing.

Ainda falando em futuro, o objetivo dos proprietários é manter o negócio familiar e com boa gestão nas próximas décadas. Com a meta de vendas estipulada em R\$ 1 bilhão até 2025. Lançando produtos inovadores e investindo em gestão de pessoas, proporcionando saúde, formação e outros benefícios. Sem esquecer da preocupação ambiental, com tratamento de água e efluentes, consumo de energia, controle das emissões. “A Ubyfol seguirá firme, inovando e integrando, cada vez mais, o campo e a indústria. Os próximos cinco anos serão de grandes investimentos para alcançarmos a meta de sermos líderes nacionais do mercado”, resume Fabrício Simões.



HOLDING UBY AGROQUÍMICA

- UBYFOL - Fertilizantes especiais
- UBYCOVER - Recobrimento de fertilizante de solo
- UBY AGRO FIDC - Fundo fechado para fomento de crédito aos clientes

UBYFOL

- 157 pessoas na indústria e área administrativa
- 98 pessoas na área comercial
- Objetivos: Espírito visionário, Excelência, Valorizar pessoas e Desenvolver soluções para a Agricultura

DESEMPENHO | CRESCIMENTO

- 2010: 4%
- 2011: 32%
- 2012: 19%
- 2013: 16%
- 2014: 24%
- 2015: 19%
- 2016: 39%
- 2017: 19%
- 2018: 29%
- 2019: 24%

NUTRIÇÃO VEGETAL NO BRASIL

- 504 empresas
- 19,6 mil empregos
- Faturamento de 7,6 bilhões
- 7,4 milhões de toneladas (fertilizantes sólidos orgânicos, organominerais, condicionadores de solo e foliares)

% DO FATURAMENTO POR SEGMENTO

- Fertilizante foliar: 71%
- Fertilizante organomineral: 12%
- Condicionador de solo: 10%
- Fertilizante orgânico: 4%
- Substrato para plantas: 3%

LINHA DO TEMPO

- 1985: inauguração por cinco sócios
- 1986: mais um sócio entra no negócio
- 1987: saída dos sócios paulistas
- 1999: início das exportações para o Paraguai
- 2001: Olnei da Silva entra como sócio
- 2004: início das exportações para Portugal
- 2007: início das exportações para a Bolívia
- 2013: início das exportações para o Uruguai
- 2014: início da construção da nova fábrica
- 2016: mudança para a nova fábrica
- 2017: obtenção da Certificação ISO 9001:2015
- 2018: nasce a UBY Agroquímica S.A. | Fabrício Simões passa a Diretor Presidente | Lécio Silva, Olce Simões e Olnei Silva integram Conselho de Administração

Desafios para o Agro!

Bem-vindos à disrupção da era digital no campo!



James Cisnandes Jr. - Head de Agribusiness da Engineering, companhia global de Tecnologia da Informação e Consultoria especializada em Transformação Digital

O agronegócio tem um papel bastante relevante na economia brasileira. Sobretudo, quando olhamos o conjunto de cadeias produtivas, suas inter-relações e os elos que compõem cada uma dessas cadeias. Trata-se de um setor notadamente complexo, grande e muito consolidado, embora haja muito espaço para inovação e desenvolvimento, pois estamos falando de atividades milena-

res. Por exemplo, podemos dizer que as empresas de base florestal têm sua estrutura de cadeia produtiva bem diferente da pecuária leiteira. Ou ainda, podemos pensar no setor sucroenergético, que começa no plantio da cana-de-açúcar, passando para a indústria, que produz uma infinidade de produtos, entre eles, os mais conhecidos, o açúcar e álcool. Notadamente, cada subsegmento do agro, ou seja, das ca-

deias produtivas, têm os seus desafios, as suas necessidades e está em níveis diferentes de maturidade tecnológica. As projeções do mercado para o Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil indicaram no fim de 2019 elevações positivas, totalizando várias semanas consecutivas de aumento. Isso, somado aos acordos internacionais firmados ao longo do ano, representam um celeiro de oportunidades para a



agroindústria brasileira. É notável que a consolidação das ações de profissionalização neste setor é o grande avanço previsto para 2020. Uma das alavancas veio com a popularização do acesso à internet e a disponibilidade de cursos de qualificação, que têm expandido as condições de especialização. Não há mais obstáculos para um médico veterinário que reside em Rondonópolis, em Mato Grosso, conseguir fazer

um curso de especialização na USP/ESALQ, em Piracicaba (SP) sem sair de casa, por exemplo. Essas novas condições permitiram um aumento exponencial da profissionalização. Basta olharmos o número de formandos nos últimos anos em cursos de graduação, especialização e cursos técnicos em diversas disciplinas ligadas direta ou indiretamente ao agronegócio.

E esses novos profissionais espalhados pelo país estão elevando o nível de planejamento, de controle e de gestão das atividades nas diversas cadeias produtivas. Eles impulsionam a modernização. Neste sentido, é importante destacar quatro aspectos fundamentais e complementares para o avanço do segmento:

Qualificação da mão de obra profissional. Está mais do que provada a necessidade de qualificação e isso já está na pauta dos empresários da agroindústria e também dos profissionais que trabalham no agronegócio.

Desenvolvimento tecnológico de equipamentos e sistemas

- É preciso falar de forma genérica, tendo em vista que cada empresa está num nível de maturidade diferente. Há empresas investindo na modernização de equipamentos, como também há empresas que estão em um passo à frente, fazendo uso inteligente dos dados já armazenados, o que envolve novas modalidades tecnológicas, como o Data Driven, o Data Monetization e o Machine Learning, entre outros recursos.

Evolução e modernização na gestão das empresas do agronegócio

- Gosto muito da frase que diz "o que não é medido não pode ser gerenciado". E, acreditem, fico muito feliz em constatar que isso já é realidade em várias empresas do segmento e em diversas regiões

do país. Ao longo do ano, em contato com diversos profissionais do setor, tais como produtores rurais, técnicos veterinários, zootecnistas, agrônomos e, principalmente, empresários, percebi um movimento forte e consistente no sentido de tratar a gestão como Ciência e, como tal, não ser totalmente dependente do famoso "achismo". O produtor rural sabe que precisa de apoio técnico e já entende que precisa deste recurso, seja de forma completa ou por demanda. A associação com cooperativas também é alvo para contar com esse tipo de apoio.

Sustentabilidade - O novo mercado consumidor, a nova estrutura familiar e as exigências de países importadores vão apertar ainda mais o cerco pela garantia de origem, ou seja, da rastreabilidade. A nova geração está sedimentada em um novo paradigma de consciência ambiental. Daí as preocupações com a sustentabilidade, que tendem a se tornar mais rigorosas, como um critério 'sine qua non'.

Podemos concluir, portanto, que é notável o clima de confiança e consciência dos desafios ligados à profissionalização do setor, em ritmo, intensidade e abrangência sem precedentes em nosso país. O agronegócio, antes lembrado apenas por símbolos tradicionais como o chapéu, botina, cavalo, vacas e tratores, agora ganhou uma conotação bem digital. Estamos falando de máquinas autônomas, produtores com tablet's e smartphone's, drones, mapa de colheita na tela do tablet, sistemas de ordenha automáticos (sem interação humana), dentre outros recursos, que têm transformado este segmento e está atraindo novos profissionais e empreendedores, que chegam com uma visão bem diferente do tradicional. 2020 está aí. Bem-vindos à disrupção da era digital no campo! 

Uma revolução chamada Etanol!

Trabalho realizado por produtores, distribuidores e empresários do Brasil preservou o meio ambiente, as reservas de petróleo e as divisas do país, mas poucos brasileiros sabem disso e não aproveitam as vantagens



Maurilio Biagi Filho – Empresário da holding Maubisa e um dos maiores fornecedores de cana do País

Costuma-se dizer que a felicidade se resume a ter saúde, família e amigos. E a autoria desta frase dizem que é do Leonardo Da Vinci. Mas poderia perfeitamente ser do meu amigo Luiz Furlan. A isso, acrescento os sonhos, pois aí a frase fica completa, e tenho certeza que o Furlan vai concordar. Estamos vivendo um período complexo. Guerras comerciais, protecionismos, o Brexit, a ameaça de impeachment do Presidente Americano, a mudança acertada de postura do Brasil na Organização das Nações Unidas (ONU). Meio ambiente, ONGs, índios, nióbio, Greta. Sem falar na nossa instabilidade política interna, o Supremo Tribunal Federal, as reformas, comunicações desencontradas, às vezes inapropriadas. Enfim.

Em meio a tudo isso, fica praticamente impossível fazer qualquer previsão. Está tudo muito confuso, polarizado e as pes-

soas se dividem em grupos com opiniões cada vez mais extremadas. E agora. Particularmente, eu penso que não poderíamos sair do imbróglio sem todas essas dores. Portanto, é absolutamente normal o que está acontecendo. O que não foi normal é o que aconteceu. E, infelizmente, demoramos para perceber. Eu, particularmente, estou muito otimista, e vocês vão entender o porquê.

Como vivemos nas cidades, é justamente através delas que podemos efetivamente contribuir com o país. Sendo que algumas pessoas podem ir além, contribuindo não apenas com suas cidades, mas também com seus estados e, uma minoria, com o país, diretamente. Como é o caso do Luiz Furlan e do Roberto, que serviram o país com tanto empenho. Ou o Rodrigo, que serviu como legislativo e agora serve neste

momento como executivo (atual vice-governador de São Paulo). E também o Nogueira (Prefeito de Ribeirão Preto), que é exatamente o mesmo caso.

E falando em cidades, estamos aqui no centro de uma região metropolitana rica e desenvolvida. Somos a Capital do Agromercado, razão pela qual este evento foi transferido para cá. Mas talvez alguns não saibam como ficou crítica a situação de Ribeirão Preto no final de 2016, logo antes da eleição do Prefeito Duarte Nogueira Junior. Foi um misto de tudo. Corrupção, má administração, incompetência, degradação ética e moral, levando-nos a uma gravíssima crise econômica. Mas é aqui que entra uma coisa extremamente positiva, que não resisti e quis comentar com vocês, pois precisamos propagar as coisas boas. E foi justamente por isso falei da importância dos sonhos.



Acompanhando e convivendo com o Prefeito Nogueira, descobri que ele tinha um sonho quase impossível, que era o de fazer melhor do que seu pai. E ele está conseguindo, mesmo tendo um desafio muito maior, pois meu querido e saudoso amigo Duarte Nogueira construiu uma nova Ribeirão Preto, mas sem as dificuldades da velha. Desculpe, eu tinha que comentar isso. Mas o que não preciso nem dizer é que:

- temos 12% da água potável do planeta;
- somos o país que mais preserva o meio ambiente;
- produzimos alimentos para mais de 1 bilhão e 500 milhões de pessoas no mundo;
- nossa matriz energética é a mais limpa e renovável do mundo.

O que não posso deixar de contar para vocês é que fui a Belo Horizonte, juntamente com o Plínio Nastari, convidar o Ministro

Camilo Penna para a comemoração dos 40 anos do carro a álcool e, portanto, 45 anos do próalcool, comemorado no fim de 2019, no Hyatt em São Paulo. Por que eu falo isso? Um grupo de pessoas, incluindo meu pai, em 1973 / 1974, foi entregar a Ernesto Geisel (citado como presidente, mas um dos ditadores que governaram o Brasil de 1964 a 1989) um trabalho chamado “Fotossíntese como Fonte Energética”, que deu origem ao próalcool. Com tudo isso na cabeça, saindo da casa do Ministro Camilo Penna, algumas reflexões voltaram à minha memória e gostaria que os senhores pensassem comigo.

Neste período, produzimos quase 6 milhões de veículos a álcool e 34 milhões de flex. Portanto, foram 40 milhões de veículos em 40 anos do carro a álcool. Neste momento, o Etanol substitui 46% da gasolina que seria consumida no Brasil. Nossa reserva de petróleo, incluindo o pré-sal, é de 13 bilhões de barris. Com o maior programa de energia limpa e renovável do mundo, já economizamos 3 bilhões de barris de gasolina. O que propiciou uma economia de divisas da ordem de 506 bilhões de dólares. Hoje, nossa reserva cambial é algo em torno de 370 e 380 bilhões de dólares.

Quis trazer isso porque é um assunto que conheço. E vejam só a importância de uma única planta que, além disso, produz açúcar, energia elétrica e outros sub-produtos. O Etanol, além de todas as vantagens que traz ao meio ambiente, ainda ajuda a preservar nossas reservas de petróleo e também as divisas. Poucos brasileiros sabem disso e não aproveitamos todas essas vantagens. Dias atrás, tive a oportunidade de conversar com o General Mourão e sugeri a ele que a Petrobrás lançasse a Gasolina e o Diesel Verdes, que na prática já são realidades no Brasil há muito tempo. E ele me falou que gostou da ideia. Mas é incrível, não aproveitamos. São Paulo e Ribeirão Preto, por exemplo, têm o ar muito

mais limpo que outras metrópoles de portes equivalentes.

Sim, é por causa do diesel e da gasolina verde. E por que será que as pessoas se dispõem a pagar mais caro por um tomate orgânico, mas não aceitam pagar mais para abastecer com etanol, que tem uma octanagem maior do que a gasolina, não polui o ar e ajuda a frear o aquecimento global? É porque não temos **COMUNICAÇÃO APROPRIADA**. E, falando nisso, a Sociedade Rural Brasileira comemorou seus primeiros 100 anos no fim do ano passado. Parabéns, Rural! E, lá em seu discurso, a Ministra Tereza Cristina, mais uma vez, aproveitou para dizer com todas as letras da timidez a falta de comunicação do Agro, convocando-nos a uma união ainda maior. O ministro Roberto Rodrigues, que foi carinhosamente citado pela Ministra, também trabalhou muito nesse sentido.

Como o Rodrigo Garcia sabe, o Governador João Dória, na mesma ocasião, deixou uma mensagem muito positiva dos resultados da viagem que fez com o secretário Gustavo Junqueira à China e ao Japão. Amigos, eu ainda tenho um sonho e, como as coisas estão começando a ficar bem encaminhadas, quem sabe eu ainda tenha tempo de assistir. E tenho certeza que é este o espírito do Fórum LIDE de Agronegócios. **AR**



Maurilio Biagi Filho, Empresário da holding Maubisa.

Show Rural Coopavel, Cascavel/PR



Com amigos no estande da Belgo Bekaert Arames.



Com André Pozza, Gerente Comercial da Syngenta para Nordeste, Sudeste, Sul, e Sul de MS.



Com Aroldo Galassini, fundador e Presidente do Conselho da COAMO.



Com Devvy Howard, Gerente de Marketing, e Marcelo Real, da Real H.



Dilvo Grolli, Presidente da Coopavel em entrevista exclusiva para o programa Fala Carlão.



Com Frederico Olivi.



Com Ivan Jarussi, Gerente de Marketing Soja e Milho da FMC Agrícola.



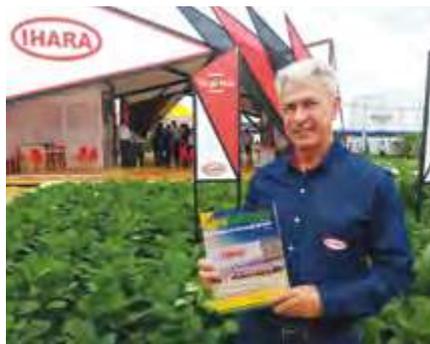
Com Jedir Fiorelli, Gerente de Desenvolvimento de Mercado da FMC.



Com Jeomar Trivilin, Vice-Presidente da Coopavel.



Com João Villela, Diretor Regional do Bradesco no Paraná.



Com José Gonçalves Amaral, Presidente da Ihara.



Com Lécio Silva, Presidente do Conselho de Administração da Ubyfol.



Com Diivo Grolli, Presidente da Coopavel.



Com Luiz Lourenço, Presidente do Conselho de Administração da Cocamar.



Com Marcelo Magurno, Presidente da FMC no Brasil.



Com Marcio Santos, Diretor de Vendas da Bayer, e Jacyr Comachio, ganhador do Prêmio Bayer do Clube do Refúgio.



Com Nivaldo Dzyekanski, Presidente da Associação Brasileira de Angus.



Com o empresário José Dombroski, esposa e Maurício Tonhá.



Com Ratinho Junior, Governador do Paraná.



Com Ricardo Almeida, Diretor Comercial da FMC Agrícola.



Com Rinaldo Bachiega, Gerente do Bradesco e comandante da Plataforma de Agronegócios do banco.



Com Rodolfo Pereyra, Diretor de Ruminantes da DSM Brasil, Paraguai e Uruguai.



Com Sandro Pinho, do Bradesco, e Ronaldo Triaca, Presidente da AgroBrasília.



Com Sheila Pereira, Diretora Comercial da Corteva.

No SBC Certificações - Botucatu/SP



Com o Diretor Luiz Henrique Witzler.



Com Diretor Sérgio Ribas, responsável SISBOV.



Com Matheus Witzler, responsável GLOBALG.A.P.

Reunião da Frente Parlamentar de Agricultura do Estado de São Paulo



Com Andrea de Moura, Superintendente do MAPA em São Paulo.



Com Celso Luiz Moretti, Presidente da Embrapa.



Com Henrique Mazotini, atual Conselheiro da ANDAV.



Com Itamar Borges e Arnaldo Jardim, da Frente Parlamentar do Agronegócio.



Com Rodrigo Castejon, Conselheiro da SRB, e Eduardo Soares de Camargo, da Defesa Agropecuária de SP.

Em Uberaba/MG



Valerio Luiz Rosa, gerente de unidade Coplacana, Marcia Benevenuto e José Carlos.

Reunião da ASBRAM - São Paulo/SP



Com Ademar Leal, que acaba de deixar a presidência da ASBRAM.



Com Daniel Guidolin, Presidente eleito da ASBRAM.



Com Elizabeth Chagas, Vice-Presidente Executiva da ASBRAM.

Reunião do COSAG - São Paulo/SP



Com André Guillaumon, Presidente da Brasil Agro.



Com André Pessôa, Presidente da Agroconsult.



Com Celso Casale.



Com Francisco Bueno, da SRB e da IBA.



Com Jacyr Costa, Presidente do COSAG.



Com Jovelino Mineiro, da ABCZ e SRB.



Com o Ex-Ministro Roberto Rodrigues.



Com Roberto Paranhos, Vice-Presidente da FIESP.

Dia de Campo da COAMO



Com Aquiles Dias, Diretor Técnico da COAMO.



Com Diego Parodi, CEO e Fundador da Spraytec.



Com Fábio Torreta, Presidente da UPL do Brasil.



Com João Benetti, Diretor Comercial da Yara Fertilizantes.



Com Luciano Daher, Diretor Comercial da Syngenta



Com Nelson Caldeira, Diretor Comercial da Nufarm.



Com Aimar Pedrini, Diretor de Desenvolvimento Técnico de Mercado da Syngenta.



Com Rodrigo Oliveira, Vice-presidente Global da Stoller.



Com Valdemiro Nesi, gerente da Coamo.



Com o Presidente Rivaldo Machado Borges Junior.



Equipe da Plataforma AgroRevenda e o Presidente da ABCZ, Rivaldo Borges.

Na ABCZ - Uberaba/MG

LACBOVI™: DO BALCÃO PARA O COCHO DO CLIENTE.

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

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

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

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



**NOVIDADE
EXCLUSIVA PARA
RE VENDAS!**



Uma marca 