

jul/ago 2019 • nº 80 • ano XV

AgroRevenda

A Plataforma de Informação do Setor

 GRUPO
PUBLICO

Congresso ANDAV A distribuição do futuro já chegou



Expointer 2019
Celebra a Saúde Animal

Especial
Os desafios da reprodução

Entrevista: Roberto Rodrigues

Pesquisa: Agro compra na Revenda e na Cooperativa

PROGRESSO QUE VOCÊ PODE MEDIR.

Seja qual for o tamanho da sua operação, você depende de dados para tomar decisões. Composição do solo, condições climáticas e projeções de rendimento são elementos que contribuem para o progresso no campo e nos negócios. Vamos encontrá-los juntos. Saiba mais em Corteva.com.br

CONTINUE CRESCENDO.





CAIRO RODRIGUES / PUBLIQUE BANCO DE IMAGENS

Olá leitor!

Esta edição tem um sabor especial para o Grupo Publique. Setembro marca o início da quarta década de trabalho em Comunicação ao lado do Agronegócio do Brasil. Seguimos desenhando novas plataformas de atuação, abraçando por completo a tecnologia digital e atuando com mais energia atrás de criatividade e inovação a serviço dos clientes e parceiros.

Para isso, levamos uma equipe completa ao Congresso ANDAV e à Expoiner, dois eventos máximos da Indústria e Distribuição de insumos do setor, parceiros desde sempre da Plataforma AgroRevenda.

Trazemos a você o futuro do varejo da Agricultura e Pecuária, os lançamentos da Indústria, as informações da Pesquisa, o desenho da nova revenda e a atuação das cooperativas do País. E, ainda, os desafios da reprodução em mais uma estação de monta, além da imensa sabedoria de um homem chamado Roberto Rodrigues do Agro Brasil.

Tenha uma ótima leitura!

Riba Velasco
EDITOR

AgroRevenda

PUBLISHER: Carlos Alberto da Silva | MTb 20.330

EDITOR: Riba Velasco | MTb 2.368

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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: Gráfica Grafilar

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

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

www.agrovevenda.com.br



PRESIDENTE E FUNDADOR: Carlos Alberto da Silva

www.publique.com



O olho do dono engorda o gado e uma boa cerca ajuda muito. A tela Belgo Campestre® é inteligente, resistente e durável, com distanciamento entre as malhas, que segura qualquer animal.

Arames Belgo. Pra quem sabe das coisas.

belgobekaert.com.br

0800 727 2000

Acompanhe-nos nas redes sociais:



Arames Belgo: uma marca da Belgo Bekaert





entrevista	8
Roberto Rodrigues	
cooperativas	14
ENCA 2019: integração das cooperativas é essencial	
espaço DSM	18
Por que trabalhar o Sell In focando o Sell Out	
espaço Ourofino	22
Capul é exemplo de desenvolvimento e solidariedade	
espaço UCBVET	24
UCBVET e a importância da ocitocina	
especial reprodução	26
Reprodução é a alma da fazenda	
expointer 2019	32
Novo Grupo Publique brilha na Expointer 2019!	
capa	46
O Poder da Distribuição no Brasil	
distribuidores	82
Jornada ADICER 2019	
negócios	84
Corteva agora é 100% agrícola e global!	
tecnologia	88
Agricultores diversificam compras entre revendas e cooperativas	
crédito	90
Decisão do STJ compromete o Agro	

espaço cepea	91
Suplementação mineral e medicamentos em alta	
business	92
Jornada ADICER 2019	
espaço Markestrat 1	94
O Trusted Advisor do produtor	
espaço Markestrat 2	96
O acordo com a União Europeia	
espaço Markestrat 3	100
O Verão-Chave das Revendas	
Lemos & Oshai Consultoria Opinião	102
Diga NÃO à informalidade de insumos agropecuários!	
prateleira	104
Lançamentos de produtos	
revenda da vez	106
Agro Dinho mostra força	
feiras eventos	108
Acontecimentos que agitam o setor	
por onde andamos	118
papo de prateleira	130
Especial Expointer	

TRATAMENTO COMPLETO EM DOSE ÚNICA

Anti-inflamatório
Analgésico
Antipirético*
Antiexsudativo**

A REFERÊNCIA MUNDIAL EM MELOXICAM.



- ☞ **RÁPIDA AÇÃO NO TRATAMENTO DA MASTITE.²**
- ☞ **Retorno mais rápido da atividade ruminal²**
- ☞ **Redução mais rápida da dor no quarto infectado²**
- ☞ **Aumento da taxa de cura bacteriológica³**
- ☞ **Redução da contagem de células somáticas (CCS)³**
- ☞ **Redução da taxa de descarte³**

Referências: 1. CEESA, 2019Q1. 2. Fitzpatrick et al., 2013. 3. MCDougall, S. et al., 2015. *Ação contra febre. **Capacidade de cessar a formação de pus.

Roberto Rodrigues Um homem chamado Agronegócio!



Este senhor sorridente, bom de conversa e afável com todos é um exemplo raro de que é possível fazer política, construir uma carreira acadêmica e liderar entidades de classe no Brasil com maestria, sabedoria e educação. Roberto Rodrigues nasceu em Cordeirópolis (SP) há 72 anos, neto e filho de agricultores e agrônomos. Pois resolveu seguir a trilha e formou-se engenheiro-agrônomo na ESALQ-USP, com cursos de aperfeiçoamento em Administração Rural. O Brasil começava a viver um período rico e turbulento de ditadura militar, reorganização de legislações e estruturas econômicas. Foi neste ambiente que Roberto lançou-se para uma carreira acadêmica, agrícola e cooperativista compartilhada com profissionais, colegas e amigos em mais de oitenta países, de cinco continentes.

Deu aulas na Universidade Estadual Paulista (UNESP), publicou centenas de trabalhos sobre Agricultura, Cooperativismo e Economia Rural, escreveu vários livros e foi coautor de diversos outros. Recebeu vários prêmios, como Engenheiro-Agrônomo do ano, em 1987; Engenheiro-Agrônomo da década, em 2004; 'Pioneiros de Rochdale', de Manchester (Inglaterra), berço do cooperativismo mundial; e o 'Distinguished Service Award', do WOCCU (World Council of Credit Unions), em Denver (EUA).

Foi empresário rural em São Paulo, Minas Gerais e no Maranhão. Comandou o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento de 2003 a 2006, onde reestruturou a pasta, trabalhou pelas leis de biotecnologia, dos produtos orgânicos, seguro rural, novos documentos de comercialização, regulamentou a defesa sanitária, ampliou o comércio agrícola brasileiro e implementou as bases de uma agricultura moderna.

Foi, ainda, Secretário de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo e ajudou a criar a Agrishow, o maior evento de máquinas agrícolas do País.

Ainda encontrou tempo para ser Presidente da Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG) por dois mandatos, da Sociedade Rural Brasileira (SRB) e do Conselho Superior do Agronegócio da FIESP (COSAG). Ocupou, também, a Secretaria Executiva da Frente Ampla da Agropecuária Brasileira, entidade informal que obteve grandes conquistas durante os trabalhos da Assembleia Nacional Constituinte.

Atualmente, é coordenador do Centro de Agronegócios da Fundação Getúlio Vargas e titular da Cátedra de Agronegócios da ESALQ USP. Integra o conselho de inúmeras entidades acadêmicas e de pesquisas, no Brasil e no exterior, como Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz (FEALQ), Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), Centro de Integração Empresa-Escola (CIEE), Associação Brasileira de Criadores (ABC), Grupo de Líderes Empresariais (LIDE), International Food and Agribusiness Management Association (IAMA) e The Nature Conservancy (TNC), dentre outros.

Cansou? Não. Ouvir este homem é ainda mais empolgante. A Revista AgroRevenda encontrou Roberto Rodrigues dando uma palestra no Encontro Nacional das Cooperativas Agropecuárias, em Campinas (SP). Acompanhe.

AgroRevenda - Podemos crescer nossa produção agropecuária 40% em dez anos?

Sim, podemos. A área plantada com grãos no Brasil cresceu 66% nos últimos 25 anos, desde o Plano Collor, enquanto a produção de grãos aumentou 309%, cinco vezes mais. Resultado de

pura tecnologia, em uma atitude consciente e empresarial tomada pelos produtores depois da pancada provocada por aquele plano maluco. Um número impressionante, incomparável a nenhum outro país do mundo. E olhe que conheço 79 nações!

AgroRevenda - Como o senhor avalia o desempenho nos últimos trinta anos?

Chegamos a tudo isto ocupando 60 milhões de hectares e com uma "terra poupada" que passou de 90 milhões de hectares. Isto é uma agricultura tropical, sustentável, que ninguém no mundo fez. E nós fizemos. Impressionante o que fizemos. Usando muita tecnologia. Independentemente de ecologistas, preservação e tudo mais. O frango, só para dar um exemplo, cresceu 475% no mesmo período. O que é um frango? É um ovo que vira pinto. Aí, você dá milho e soja para ele e o crescimento é violento. Foi o que ocorreu com o Agronegócio. Um campeão mesmo.

AgroRevenda - E o futuro?

Seguimos evoluindo. O plano ABC (Agricultura de Baixo Carbono), com ênfase na Integração Lavoura - Pecuária, é o novo passo. Ainda recente, um processo novo, mas que já ocupa 14 milhões de hectares e que vai preservar outros milhões de hectares, incorporando novas descobertas tecnológicas e alcançando mais resultados espetaculares.

AgroRevenda - E o Agro que não é alimentos?

No tema Agroenergia, os números são igualmente relevantes. O mundo tem 14% da matriz energética em recursos renováveis. O Brasil tem 43%. Uma coisa que ninguém sabe é que a cana-de-açúcar representa 17%, mais que a energia hidrelétrica, todas as usinas somadas. Nem o brasileiro sabe. Isto é que nos dá uma condição sensacional

de usar fontes renováveis e, ao mesmo tempo, plantar e produzir carne poupando terras.

AgroRevenda - Cuidando do Meio Ambiente? Dois terços do território do nosso país são ocupados por áreas originais, que estavam aqui quando a esquadra de Pedro Álvares Cabral chegou de Portugal. E hoje, todas as fazendas produtivas nossas não ocupam 9% do mesmo território. De alface a eucalipto. Uma área inacreditavelmente muito pequena. Mais 21% de pastagens, sendo que 8% estão incluídas nas áreas nativas e 13% são pastagens plantadas. Logo, somando todas as atividades agropecuárias, ocupamos 31%. Um número espantoso, menos de um terço do País. Isso nos dá uma vantagem enorme com a tecnologia disponível.

AgroRevenda - E o fator gente, que papel vai cumprir neste futuro?

É verdade. O tema chama a atenção do mundo inteiro atualmente. Olhe, eu participo de 25 conselhos, brasileiros e internacionais. Os conselhos no exterior quase sempre tratam das novas tecnologias, das relações com os profissionais do futuro e de como chegar a novas condições de ensino para caminhar no mesmo sentido. Hoje, ninguém sabe dizer com certeza absoluta quais serão as profissões de 2030. Quando uma pessoa se forma atualmente, a profissão já está defasada. São coisas que levam a uma grande preocupação.

AgroRevenda - Neste ponto, como estamos? O Brasil tem vantagem aqui também. E vou explicar o porquê. É uma informação que passo em toda palestra que faço. Há uns quatro anos, fui falar para agricultores franceses, na região da Provence. Tomei um susto quando olhei para o público. Eu estava com 72 anos de idade e percebi que eu era o mais jovem dentro do auditório. Falei com

todos e eles confirmaram a realidade de que o Agro da Europa está envelhecendo e, o que é pior, poucos jovens se interessam em atuar no segmento. No Brasil é diferente. Quase sempre, nos eventos, sou o mais velho entre todos. Uma turma jovem, competente, que se especializa e ajuda a manter o setor com mais de um quinto do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, gerando empregos e levando as exportações para mais de R\$100 bilhões.

AgroRevenda - O setor enfatiza os diferentes números quando olhamos para dentro da cadeia produtiva do Agronegócio brasileiro. Como é isso?

Exato, as cadeias produtivas são o que mais me impressiona. Na área de insumos, examinando da porteira para dentro, tudo o que a 'Fazenda Brasil' constrói representa apenas 5% dos 25% totais da riqueza gerada. Depois da porteira é que vem a riqueza natural. Indústria com 20% e cooperativas com 20%. Aqui é que se agrega valor. E o cooperativismo tem uma vantagem imensa sobre as empresas. Nada contra a Indústria, que também é muito importante. Independentemente, precisamos produzir mais, exportar mais. Nossa tarefa de crescimento está depois da porteira. Porém, o desafio das cooperativas é ser ainda mais eficientes na produção e comercialização de produtos agrícolas.

AgroRevenda - A economia do Brasil é Agro?

Como nunca. Volume de exportações e saldo comercial positivo e crescente. Sucesso no PIB, nos empregos e no saldo da balança comercial também. Inegável que o setor tem sido o mais lucrativo para a economia, consistentemente, nos últimos anos.

AgroRevenda - Os números comprovam, não?

E como. Os embarques saíram de US\$ 20 bilhões na virada do século para

mais de US\$ 100 bilhões no ano passado. Mesmo se lembrarmos que o comércio mundial teve um refluxo no período 2008 / 2012, o Agronegócio ficou por cima. Por causa da eficiência, competência e capacidade. Nossos produtos avançaram fortemente na participação do comércio mundial. Aumento na soja de 20% para 40%; carnes, de 9,5% para 14,5%; e açúcar, de 16% para 27 %, dentre outros. Uma prova de que o mundo quer cada vez mais energia e proteínas.

AgroRevenda - Os compradores mudaram?

Exportávamos 69% para a União Europeia há 19 anos e, hoje, são 32%. Mas o que houve não foi diminuição, e sim substituições. A China saiu de 2% para 32%. A África, de 3% para 33%. E houve outras inúmeras movimentações. Os países emergentes importam mais por conta do aumento das populações. E é um horizonte que não acaba por causa da Índia, dos chineses, africanos etc. O horizonte é gigantesco em torno das condições brasileiras e não acaba. Razão pela qual o USDA (Departamento de Agricultura dos Estados Unidos), a FAO (Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação) e a OCDE (Organização para a Cooperação Econômica) esperam que nós consigamos aumentar nossa produção de grãos, carnes, frutas, hortas etc., em pelo menos 30% até 2030.

AgroRevenda - Então, só há "flores no caminho"?

De maneira alguma. Tanto que, no fim da década passada, vimos nossa produção de carne de frango e bovina crescer, mas, ao mesmo tempo, perdemos participação no mercado. Significa que outros países foram mais eficientes que o nosso, cresceram mais do que nós. Na carne bovina, o recuo foi de oito pontos percentuais. Precisamos trabalhar e ficar de olho na concorrência.

AgroRevenda - Mas o senhor não disse que o Agro vai crescer?

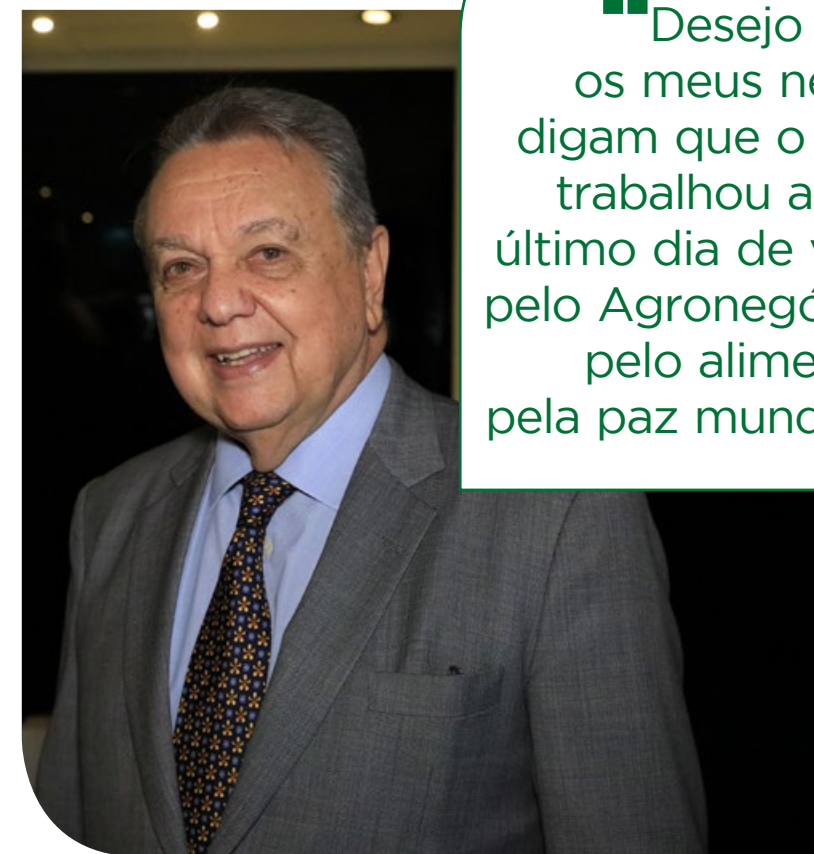
Sim, todas as projeções indicam isso. E mais, que avançaremos acima do crescimento mundial em cada categoria até 2028. Nossa soja com 3,2% ao ano, milho com 4,2%, açúcar com 4%, carne bovina com 1,8%, carne suína com 2,3%. O Brasil deve crescer mais do que o mundo, mas a disputa vai ser cada vez mais apertada. Principalmente nas carnes. Há uma demanda mundial por alimentos e o Brasil está sendo instado a entregar mais ao mundo, aumentando em 40% a produção atual. Houve algumas políticas públicas relevantes ao longo dos últimos tempos. Um exemplo é o Moderfrota (Programa de Modernização da Frota de Tratores Agrícolas e Implementos Associados e Colheitadeiras). Tudo indica que a tecnologia vai avançar, ajudando neste processo. Vamos fazer isso? Acho que sim, mas tenho algumas dúvidas.

AgroRevenda - Por quê?

Porque precisamos de uma estratégia. E a última que conheci foi do Paolinelli (Ministro Alysso Paulinelli, cuja passagem no Governo Federal foi marcada pela criação da Empresa Brasileira de Pesquisas Agropecuárias - Embrapa). É claro, tivemos alguns momentos, como o próprio Moderfrota, a política de Crédito Agrícola, a organização de inúmeras feiras agropecuárias que mostram nosso dinamismo. Mas falta uma estratégia. Por isso, insisto na tese que coloquei em um livro chamado "Agro é Paz", financiado pela OCDE e que trata da organização de uma política de alimentação global. Onde há fome, não há paz. Precisamos alimentar o mundo.

AgroRevenda - Como é o livro? Trata do quê?

Tudo começou quando a USP (Universidade de São Paulo) criou uma



“Desejo que os meus netos digam que o avô trabalhou até o último dia de vida pelo Agronegócio, pelo alimento, pela paz mundial.”

cátedra de Agronegócio e me escolheu para ser o titular. Assumi em 2017. Decidi, então, fazer um plano de estado para a Agricultura brasileira. Sempre houve muito debate sobre planos de governo para o segmento, principalmente em anos de eleição. E nunca funcionaram. Resolvi mudar de ótica e olhar mais à frente. Doze anos, três mandatos presidenciais. Um plano de país, com cenários em relação ao Agro, não em relação a um único mandato. Um projeto de longo prazo. Procurei instituições urbanas e rurais, convoquei amigos, um time de primeira, verdadeiros craques em suas áreas, para escrever sobre diversos temas. O resultado foi um panorama riquíssimo, com quinze capítulos, diversas análises sobre o que vai ocorrer com a Agricultura e Pecuária no Brasil e no mundo inteiro. Um alicerce sólido para o Brasil montar uma nova estratégia para os próximos dez anos.

AgroRevenda - Quem escreveu?

Autores extraordinários. Paulo Guedes, Humberto Pereira, Angelo Gurgel, Janice Zanela, Eduardo Assad e Mendonça de Barros, dentre outros. Todos falando sobre comércio internacional, política agrícola, seguro rural, segurança jurídica, defesa agropecuária, indústria, logística, gestão, tecnologia, cooperativismo, agregação de valor. Pesquisadores respeitados da USP, Fundação Getúlio Vargas, Confederação Nacional da Agricultura e Pecuária (CNA) etc. Um resultado ancorado em três grandes capítulos: Sustentabilidade, Competitividade e Comunicação.

AgroRevenda - Quem financiou o projeto?

Nossos amigos e parceiros da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), CNA, Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB) e União da Indústria de Cana-de-Açúcar (UNI-

CA). E o trabalho pode ser encontrado na ESALQ – USP e na FGV.

AgroRevenda – O livro trata da evolução das tecnologias, soluções disruptivas. Como o senhor analisa esse cenário?

Veja, estou impressionado com o que tenho visto. Ando o Brasil inteiro. São tantas tecnologias, profundas e rápidas. Porém, só os produtores que têm equipes vão incorporar, usar e aplicar. Temo pela concentração ainda maior da renda no campo. É uma questão de dinheiro mesmo. Um novo processo de exclusão social no campo, que pode ser doloroso. Na indústria e no comércio isso já ocorre. Estou preocupado. Tanto que imagino ser necessário termos uma nova função para as cooperativas, para que elas transcendam esse papel de cuidar da sobrevivência do produtor rural, garantindo acesso à informação e à tecnologia que os grandes terão.

AgroRevenda – E informação? O Agro brasileiro tem?

Boa questão. Sou visitado por empresas dinâmicas, muito jovens, e nenhuma me dá uma solução definitiva quando questiono. Falta, para nós, informação real de mercado. Ninguém sabe o que temos hoje de estoque de milho e soja. Galinhas, quantas temos no Brasil? Precisamos de informações e de segurança sobre estas para tomar decisões. As cooperativas precisam fazer um trabalho para o acompanhamento real das safras. Não temos segurança sobre as informações de mercado. Temos que utilizar a excelente estrutura da OCB para ela coordenar os planos das safras, previsão, uso da terra, insumos, CAR (Cadastro Ambiental Rural). É preciso conhecer profundamente as coisas para tomar as melhores decisões.

AgroRevenda – Outra ferida que o senhor aponta no setor é a pequena presença feminina.

Exatamente. A presença da mulher tem que aumentar substancialmente no nosso segmento. Defendi a questão nos conselhos internacionais de que participo. Precisamos dar espaço para elas e elas vão crescer. Elas têm que ter um papel relevante na direção das empresas, cooperativas e entidades. Assim como os jovens.

AgroRevenda – E a comunicação, melhorou?

Ainda não sabemos nos comunicar adequadamente. Desde a época de Pero Vaz de Caminha. Ainda somos desmerecidos pela sociedade urbana. Não somos jecas. Temos que mostrar que produzir exige conhecimento, tecnologia, ensino, dedicação, profissionalismo, treinamento. Porém, falta apoio. Desde a época da campanha 'Sou Agro'. Ela foi um sucesso, mas não foi

para frente porque ninguém deu um tostão. Pessoas que vivem da agricultura 'deram uma banana' para a iniciativa. Nenhum setor ajudou. Caminhões, bancos, indústria de insumos, nada. De lá para cá, a situação melhorou um pouco, mas tudo parou. O campo depende da cidade e ela não sabe disto. O Agronegócio é urbano e rural ao mesmo tempo. As cidades sediam as indústrias de insumos, os bancos financiadores, as universidades que formam os diversos profissionais, os laboratórios de pesquisas etc. Precisamos parar de criticar a cidade e ensinar, explicar. Conversar com o cidadão e o político. Ter uma estratégia real de crescimento. Somos muito tímidos, inocentes, mesmo ouvindo verdadeiras barbaridades. Desejo que os meus netos, que já são agrônomos formados, digam que o avô trabalhou até o último dia de vida pelo Agronegócio, pelo alimento, pela paz mundial. **AR**

ROBERTO RODRIGUES

- Nasceu em Cordeirópolis (SP) | 72 anos
- Engenheiro-Agrônomo formado pela ESALQ-USP
- Especializado em Administração Rural
- Ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (2003 – 2006)
- Presidiu a Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG), a Sociedade Rural Brasileira (SRB) e o Conselho Superior do Agronegócio da FIESP (COSAG)
- Secretário de Agricultura e do Abastecimento do Estado de São Paulo
- Criador da Agrishow
- Professor da Universidade Estadual Paulista (UNESP)
- Engenheiro-Agrônomo do ano (1987)
- Engenheiro-Agrônomo da década (2004)
- Prêmio 'Pioneiros de Rochdale' | Manchester (Inglaterra)
- Distinguished Service Award | WOCCU (Denver - EUA)
- Atualmente, é Coordenador do Centro de Agronegócios da Fundação Getúlio Vargas e titular da Cátedra de Agronegócios da ESALQ/USP.

INSCRIÇÕES ABERTAS

SUPER EARLY BIRD 10% OFF ATÉ 13/09



19ª CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DATAGRO SOBRE AÇÚCAR E ETANOL

“ETANOL COMO PROTAGONISTA DO SETOR”

#DATAGROSP

28 e 29 de outubro de 2019

LOCAL: Grand Hyatt São Paulo, Brasil

PALESTRANTES CONFIRMADOS



LUIS SILVESTRE
Chief Trader, Sucden



MARCELO DE ANDRADE
Presidente de Global Soft Commodities, COFCO



EÇA CORREIA
Sócio da Quasar Asset Management



HENRY JOSEPH JR.
Diretor Técnico da Anfavea



GUSTAVO LEITE
Presidente do CTC, Centro de Tecnologia Canavieira



JOSE ORIVE
Diretor Executivo da ISO, International Sugar Organization



MARCELO OMETTO
Presidente do Conselho da UNICA



PEDRO FERNANDES
Diretor, Banco Itaú BBA S.A.



PLINIO NASTARI
Presidente, DATAGRO



JOÃO IRINEU MEDEIROS
Diretor, FCA - Fiat Chrysler Automóveis Brasil



MARCIO FELIX
Secretário de Petróleo, Gás e Biocombustíveis do Ministério de Minas e Energia



MAURO MATTOSO
Chefe de Departamento, Complexo Agroalimentar e Biocombustíveis do BNDES

CONFERENCES.DATAGRO.COM | CONFERENCIA@DATAGRO.COM | +55 (11) 4133.3944



ENCA 2019: integração das cooperativas é essencial

Evento realizado em Campinas recebeu quase 500 participantes e defendeu a união de investimentos para agregar valor à produção



“Sem uma nova crise, é provável que a economia cresça e gere melhores oportunidades.”

Ricardo Amorim – Economista

Os participantes do Encontro Nacional de Cooperativas Agropecuárias (ENCA) 2019, realizado no Royal Palm Hall, em Campinas (SP), levaram muito dever para fazer em casa. O evento reuniu quase 500 pessoas ligadas às principais cooperativas, lideranças cooperativistas do Brasil e empresas parceiras, em doze palestras, seis painéis e duas mesas-redondas, com temas contemporâneos que ajudaram os cooperados a entender o mercado e a direcionar o negócio, como aceleração do crescimento, governança, tecnologias digitais, finanças e gestão de risco.

O ENCA foi aberto pelo superintendente da Organização das Cooperativas do Brasil (OCB), Renato Nobile, que afirmou que os dirigentes e executivos das cooperativas precisam defender o melhor resultado da atividade dos cooperados. Nobile falou sobre o contexto da agropecuária brasileira, trouxe uma reflexão sobre o Congresso Brasileiro do Cooperativismo que ocorreu em maio, e o cenário em Brasília nos ambientes legislativo e executivo, atualizando os cooperados de como estão no processo de relacionamento no ambiente federal.

Ricardo Amorim, economista, apresentador e colunista da revista Isto É, deu uma verdadeira aula sobre economia. “O Brasil viveu, nos últimos anos, a crise mais dura, longa e aguda da história, mas isso ficou para trás. Desde que não ocorra uma nova crise, é provável que a economia cresça e gere melhores oportunidades. Independentemente de qualquer problema, o agro irá melhor que o resto da economia brasileira”, afirmou.

O engenheiro-agrônomo Roberto Rodrigues, ex-ministro da Agricultura, embaixador especial da FAO (Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura) para as cooperativas e gran-



“Precisamos de pessoas que compartilhem o fato de que a cada ano enfrentaremos um mundo diferente.”

Max Gehring – Especialista em gente

de defensor da agropecuária brasileira, mostrou a importância do papel das cooperativas. “O agro brasileiro representa 22% do PIB nacional. O agro tem o antes, o depois e o dentro da porteira. O depois da porteira é armazenagem, industrialização, embalagem, distribuição e exportação, que já representam mais de 60% do PIB do agronegócio. Ou seja, a renda do agro está depois da porteira da fazenda. As cooperativas têm um papel crescente nesse pedaço para agregar valor. A participação brasileira nessa área é tímida. Isso implica na integração entre as cooperativas para fazer indústrias. A interoperação é essencial, bem como olhar os mercados interno e externo é fundamental. Antes, é preciso pensar na tecnologia, que ocorre de forma rápida e não dá tempo de aprender e aplicar. Os pequenos, assim como os grandes, precisam ter acesso a essas tecnologias”, avaliou.

A diretora da MPrado Coopers, Luciana Martins, usou a dança para reforçar os conceitos de suavidade, treino, elasticidade e força para os profissionais que atuam no segmento. Ela falou sobre “A Incrível Arte de Encontrar Propósito” e explicou por que é importante encontrá-

-lo. “Cerca de 80% de vocês disseram que, após sair da cooperativa, vão retomar as atividades agrícolas da família. E o propósito é tão importante que Martin Luther King disse que, se um homem não descobriu nada pelo qual morreria, não está pronto para viver. Pelo que morreríamos? Quantas pessoas terão que nos ajudar? O propósito não é o topo, mas a escalada, o que se consegue produzir enquanto estamos subindo”, refletiu.

O administrador de empresas e articulista da Revista Época, Max Gehring, também encantou a plateia com seu conhecimento. “Precisamos de pessoas que compartilhem o fato de que, a cada ano, enfrentaremos um mundo diferente. Contrate pessoas que tenham

“O propósito não é o topo, mas a escalada. O que se consegue produzir enquanto estamos subindo.”

Luciana Martins - Diretora da MPrado Coopers

vontade de ficar. Existem jovens que entram e logo saem, sim. Mas também temos jovens com características indispensáveis, como confiabilidade, lealdade, atenção às necessidades da empresa. E, tendo isso, preenche-se o resto. Contrate alguém que não tenha conhecimento técnico perfeito. É mais fácil ensinar a ser tecnicamente melhor do que a sorrir e ter empatia. O profissional do futuro é qualquer coisa que a pessoa escolher. Se estiver dentro do escopo do agro e se não souber, contrate uma consultoria para não se levar pela emoção. O principal é descobrir se quer chegar para ir embora ou se quer ficar. Em troca, doe a ela confiança”, orientou Gehringer.

Para Danilo Bomfim, diretor do Grupo Conecta, realizador do ENCA, o cooperativismo é um modelo de gestão sem igual. “Primamos por reunir todos em um só lugar, para que trocassem ideias e conhecimento, vivenciassem experiências, refletissem sobre o mercado em que estão inseridos, recebessem informações valiosas para aplicá-las em suas empresas. Toda cooperativa é uma empresa, cujo modelo tem se mostrado sustentável no contexto econômico em que o País vive”, afirmou.

O Encontro ainda mostrou cases e desafios apresentados por profissionais como o jornalista Alexandre Garcia, os



presidentes da Cooperativa de Cascavel (Coopavel), Dilvo Grolli; Cooperctrus Cooperativa de Produtores Rurais, Fernando Degobbi; Coopercampos, Luiz Carlos Chiocca; e Cooperativa Regional de Cafeicultores de Guaxupé (Cooxupé), Carlos Augusto Rodrigues de Melo. Além do presidente da Aliança Agro Ásia – Brasil, Marcos Sawaya

Jank; do CEO da Reis Advogados, Marcus Reis; do presidente da Minasul, José Marcos Magalhães; e do gerente de exportação da Cooperativa Central Aurora Alimentos, Ronaldo Agg.

O ENCA 2019 teve como Mídia Oficial o Grupo Publique, o programa Fala Carlão e a Revista AgroRevenda. **AR**

COOPERATIVAS BRASIL

- 1.597 instituições | 180 mil produtores cooperados
- 48% do Produto Interno Bruto (PIB) Agrícola (IBGE)
- Exportações em 2016: US\$ 5,13 bilhões
- Exportações em 2017: US\$ 6,16 bilhões
- Aumento de 20,07%

UBYFOL®
Excelência em Nutrição Vegetal

O PROJETO DE PRODUTIVIDADE COM A MÁXIMA EFICIÊNCIA.



Potamol



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.

Disperse
ULTRA

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.



Rafael Andrade - DSM

Por que trabalhar o Sell In focando o Sell Out

Uma revenda só aumenta seu ticket médio se deixar os clientes seguros de que estão fazendo uma boa compra

Rafael Andrade
Gerente de Marketing Revendas e Cooperativas da DSM

Para falar um pouco a respeito desse tema, é importante verificarmos o significado dos seguintes termos:

SELL IN - É a venda que a indústria faz ao varejo. Pode ser feita através de diversos canais (representantes comer-

ciais, distribuidores, atacadistas, call center, diretamente pela indústria etc.).

SELL OUT - Para que a venda aconteça, não basta somente deixar o produto disponível; é necessário pensar o que o cliente espera - em primeiro lugar. Isso pode ser um desconto, um brinde, uma memória ou até mesmo uma experiência de compra diferenciada. Todos os executivos de vendas e marketing devem ter em mente que possuem um desafio duplo: convencer o varejo a comprar e, também, mostrar como poderá fazer a venda com o cliente final. É aí que entram as ações de Sell Out, que nada mais são do que um forte alinhamento entre vendedor e comprador sobre o que irão ofertar aos clientes finais. Para sermos eficazes na dinâmica de Sell Out, devemos seguir três pilares:


ATITUDINAL - Indústria e varejo devem iniciar discussões transformacionais (motivando inovações), pensando no cliente final - é ele quem de fato importa em uma negociação. Geralmente, há um 'braço de ferro' para ver quem ganha mais. Entretanto, o recomendado é que grande parte dos recursos gerados em uma negociação sejam destinados às ações que auxiliem os pontos de vendas a melhorar a experiência de seus clientes. Essas iniciativas devem acelerar o Sell Out e, por consequência, o Sell In irá acontecer. Não é questão de tempo, mas sim de foco e propósito.

MODELO DE GESTÃO COM FOCO EM SELL OUT - Cuidar do espaço de vendas, através de um layout estratégico e ambiente limpo, bem iluminado, organizado e bonito. Não é exagero, use a empatia. Você gostaria de fazer compras em sua própria loja? Uma boa gestão de estoque, quando falamos em Sell Out, é fundamental. Um geren-

ciamento adequado com informações de compra e venda disponíveis possibilita a mensuração de resultados. Lembre-se: a saúde de seus estoques está diretamente relacionada à sua capacidade de vendas e rentabilidade. Estoque parado é tão prejudicial quanto uma compra errada.

FERRAMENTAS DE SELL OUT - INDÚSTRIA/VAREJO - Um Sell In bem trabalhado é um importante passo para estreitar os laços com seus clientes. O Sell Out pode (e deve) entregar aos seus consumidores o diferencial de atendimento que eles tanto esperam encontrar no seu estabelecimento. Para auxiliar nesse processo, as indústrias têm fornecido diversas ferramentas para profissionalizar o ambiente de varejo: materiais de ponto de venda, treinamento de balconistas, gerenciamento de categoria, propostas de layout de loja, brindes, sorteios, concursos culturais, inovações interativas tecnológicas e profissionais preparados e dispostos a ter discussões em prol da otimização do giro nos pontos de venda.

Por fim, os profissionais de marketing, trade marketing, vendas e varejistas têm um importante papel no gerenciamento do ciclo de Sell In e Sell Out.

Uma loja só irá aumentar seu ticket médio se deixar seus clientes seguros de que estão fazendo uma boa compra (Ticket é um indicador de performance, que se refere ao valor gasto em uma compra. Já o 'ticket médio' pode ser o cálculo das vendas totais de uma empresa e/ou categoria dividido pelo número de vendas e/ou número de clientes, e do valor médio de suas compras em determinado período). Engaje sua equipe para atender seus clientes de forma adequada. Assim, seus produtores/clientes finais se sentirão seguros para investir mais a cada pedido/visita. 

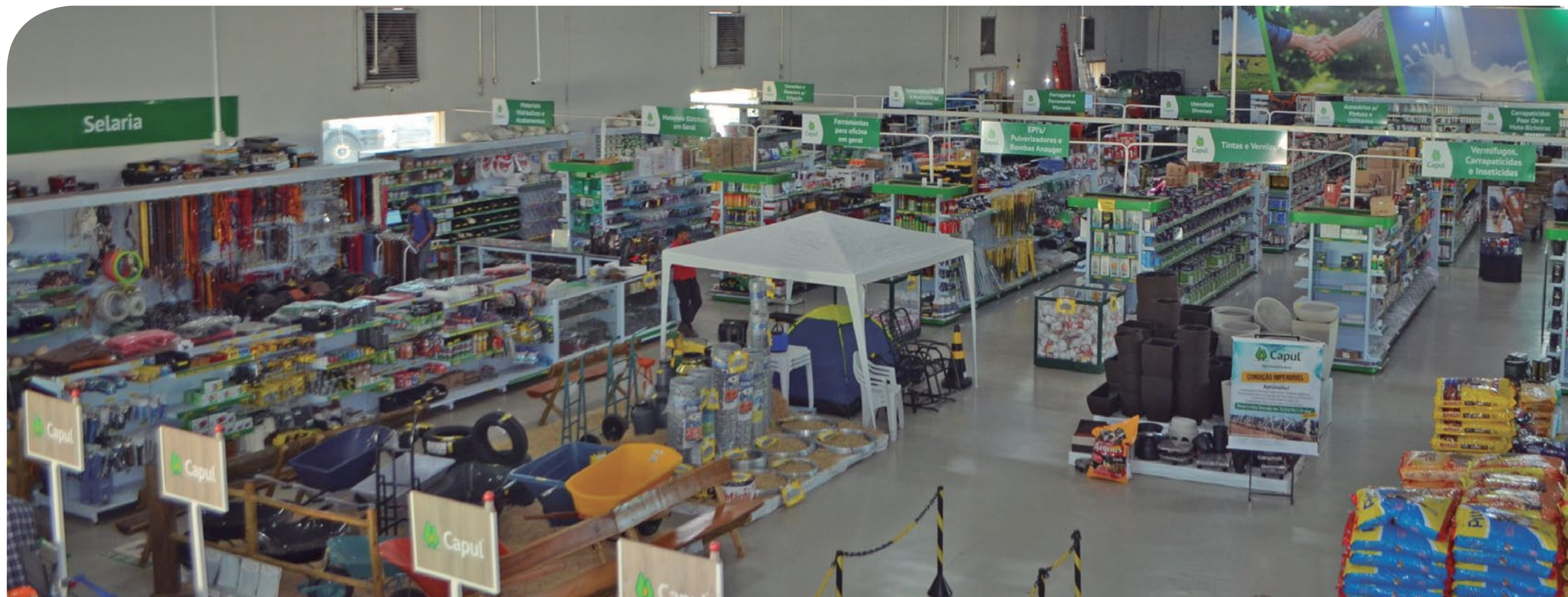
Nokalt

É colocar na prateleira e abrir a contagem.

Com efeito knock down, que garante ação rápida e fulminante, Nokalt manda carrapatos, sarnas e piolhos para o chão e as vendas lá para cima. E agora com sua nova versão de 1 litro, esse peso pesado vai ser o campeão de pedidos da sua revenda.

Nova
embalagem





Capul é exemplo de desenvolvimento e solidariedade

Parceira da Ourofino Saúde Animal conta com uma linha própria em nutrição animal desde 1990. Instituição leva a campanha 'Pecuária de Amor' aos cooperados

Cooperar para crescer. Foi com essa crença que a Capul se fortaleceu no mercado desde que iniciou as atividades em Minas Gerais, há 55 anos. Situada no município de Unaí e somando dez filiais, atende mais de quatro mil cooperados, que encontram na instituição apoio para melhorar a produtividade no ramo agropecuário e, ainda, obtêm acesso

aos produtos e serviços próprios e de parceiros de todo o Brasil. A Ourofino Saúde Animal faz parte desse time e, junto com a Capul, leva a 'Pecuária de Amor' para o estado.

A iniciativa está rodando o País e chegou à cooperativa em maio deste ano. Por meio da ação, parte da arrecadação proveniente da venda de produtos

da linha de bovinos da marca Ourofino, como Evol, Master LP e Orovac Poli BT, será destinada a hospitais brasileiros integrantes da rede Hospital de Amor. Dessa forma, essas entidades que integram o Sistema Único de Saúde (SUS) ganham fôlego para manter as operações e atender gratuitamente pessoas diagnosticadas com câncer em todo o Brasil.

Segundo Raimundo Sauer, presidente da Capul, a expectativa é bastante positiva com a 'Pecuária de Amor'. "Os nossos cooperados e clientes participam ativamente de projetos que visam ao bem-estar das pessoas e da comunidade em geral. Afinal, juntos podemos muito mais", garante.

A força e abrangência da Capul são pontos positivos para as duas instituições alcançarem os resultados esperados nessa iniciativa. Além da ampla presença nas cidades – já que a cooperativa mantém filiais em Arinos, Bonfinópolis de Minas, Brasilândia de Minas, Buritis, Cabeceira Grande, Cabeceiras-GO, Dom Bosco, Natalândia, Riachinho e Uruana de Minas –, existe


um amplo leque de serviços aos cooperados, como assistência técnica rural especializada e assessoria ambiental.

Ainda dentre os segmentos de atuação da Capul, a nutrição animal assume papel de destaque. Criada em 1990 e com a ampliação do parque industrial em 2008, a Capul Nutrição Animal possui hoje uma indústria moderna, com destaque nacional em volume de vendas no segmento de bovinos.

O portfólio de produtos soma mais de 100 itens, incluindo rações e suplementos minerais, núcleos e concentrados destinados à nutrição equilibrada e de alto desempenho de bovinos leiteiros, bovinos de cor-

te, equídeos, suínos, aves, ovinos, caprinos e coelhos. "A indústria é motivo de orgulho para nossos cooperados. É a responsável pela maior parte do faturamento da cooperativa", ressalta Raimundo.

Nesse cenário de sanidade animal, a Ourofino trabalha de mãos dadas com a Capul. "É uma parceria estratégica e de ganhos aos produtores, pois eles se beneficiam da união da estrutura tecnológica da Capul e da

Ourofino Saúde Animal, o que garante o uso das tecnologias mais avançadas no desenvolvimento das soluções", diz Paulo Luciano, gerente comercial da Ourofino. 

UCBVET e a importância da ocitocina

Produto que corrige falhas de ejeção de leite possui grande representatividade nas vendas agropecuárias



A ejeção do leite é o processo natural que ocorre no organismo da vaca pelo qual o leite é totalmente eliminado dos alvéolos mamários, promovendo uma ordenha completa graças aos estímulos nervosos periféricos que induzem à liberação do hormônio ocitocina, que tem por função a

contração da musculatura que envolve os alvéolos.

Após ser produzido, de 20% a 30% do leite são transportados e armazenados na cisterna da glândula mamária e do teto, sendo chamado de 'leite cisternal'. O restante (de 70% a 80%) do leite fica armazenado

nos alvéolos e é chamado de 'leite alveolar' ou 'leite retido', o qual precisa da ocitocina para descer. A ocitocina natural (endógena) é produzida e armazenada constantemente em glândulas localizadas no cérebro da vaca, chamadas hipotálamo e hipófise. Antes da ordenha, as concentrações de ocitocina no sangue são

extremamente baixas (1-5g/ml ou 10-12g/ml). No momento da ordenha, após o estímulo neuro-hormonal, entre um e dois minutos, a hipófise libera a ocitocina com concentrações de 10-100g/ml (equivalente a 0,1UI). A ocitocina endógena chega, então, à glândula mamária e os alvéolos se ligam nos receptores ocitocínicos das células mioepiteliais. Ao se ligar nos receptores, a ocitocina endógena estimula as células mioepiteliais a fazerem contrações e pressão para expulsar todo o leite residual, que equivale de 70% a 80% do total.

Se o organismo da vaca produz ocitocina endógena espontaneamente, por que em alguns animais é preciso aplicar ocitocina sintética? O médico-veterinário Marcos Ferreira, Gerente de Produto da UCBVET Saúde Animal, explica que existem falhas na ejeção em vacas, que podem ser de origem periférica (nos receptores ocitocínicos das células mioepiteliais) ou de origem central (hipotálamo e hipófise).

Nas falhas de origem central, ocorre um bloqueio parcial na liberação de ocitocina pela hipófise, de forma que chegam aos alvéolos níveis insatisfatórios, que não conseguem exercer a função de ejeção. Isso ocorre devido a alterações de ambiente em que o animal está acostumado e mudanças de fase e categoria, ou seja, de novilha para vaca, e, ainda, em lactação. É comum, principalmente, em vacas de primeira lactação e animais zebuínos e mestiços.

Nas falhas de origem periférica, ocorre um bloqueio da ação da ocitocina nos receptores das células mioepiteliais, comprometendo a ejeção do leite residual. Isso ocorre

devido a uma situação de estresse sofrido pela vaca, que desencadeia a liberação das catecolaminas (cortisoleadrenalina) na corrente sanguínea. Essa adrenalina se liga aos receptores ocitocínicos das células mioepiteliais, impedindo a ligação da ocitocina e comprometendo a ejeção do leite residual.

Em casos de estresse, os níveis de ocitocina endógena liberados são prejudicados e chegam à corrente sanguínea em concentrações muito baixas, a ponto de não conseguirem se ligar aos receptores ocitocínicos devido ao bloqueio da adrenalina. Pode ocorrer em vacas de qualquer estágio de lactação, de qualquer idade, mas é verificado com maior frequência em animais zebuínos ou mestiços (taurino x zebuino) com aptidão leiteira.


Além disso, fatores raciais e de manejo também podem elevar a ocorrência de falhas na ejeção do leite. "Vacas leiteiras de origem zebuína ou cruzadas tendem a apresentar maior dificuldade de ejeção e liberação de leite pelo instinto de rusticidade e facilidade de estresse. Elas, normalmente, não conseguem fazer a ejeção do leite sem a presença do bezerro ao pé. Também não conseguem se adaptar rápido ao sistema de ordenha mecânica", explica Ferreira.

O manejo de ordenha deve ser bem executado desde o início. A condução dos animais para a ordenha deve ser calma, sem gritos, sem assustá-los e sem deixá-los na sala de espera na luz do sol e no calor. O contato visual da vaca com o ordenhador e com aspectos como cheiro da sala de ordenha, som da ordenha e som do rádio também ajudam na estimulação neuro-hormonal e liberação de

ocitocina. Na falta desses fatores, pode ocorrer o estresse com a liberação de cortisol e adrenalina, impedindo a liberação e a ligação da ocitocina e da ejeção de leite.

Para ajudar nas situações de falha de ejeção de leite, a UCBVET Saúde Animal oferece ao mercado a Ocitocina Forte UCB, produto consagrado que tem ação sobre a musculatura da glândula mamária e promove o aumento das contrações musculares dos alvéolos e canais galactóforos, favorecendo a descida do leite e auxiliando no tratamento e na prevenção de mastite, por contribuir com maior fluxo e esgotamento total da glândula mamária e pela eliminação do leite residual.

A UCBVET está entre as cinco empresas farmacêuticas veterinárias brasileiras com maior faturamento, segundo o Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Saúde Animal (Sindan), com atuação em diversos países da América Latina, América Central, África e Oriente Médio, além de todo o território nacional. Atualmente, a empresa tem em seu portfólio 63 produtos em mais de 100 apresentações. Suas linhas compreendem medicamentos veterinários de ação terapêutica, antiparasitários e antimicrobianos.

A companhia possui laboratórios e fábricas em Jaboatão (SP), uma unidade de negócios em Ribeirão Preto (SP) e 339 colaboradores, além de representantes comerciais. Uma das mais tradicionais e inovadoras empresas do segmento no Brasil, a UCBVET fabrica medicamentos para animais de produção (bovinos, bubalinos, suínos, ovinos, caprinos, equinos e aves) e de companhia (cães e gatos) desde 1917, quando foi criada pelo empresário João Brunini. 

Reprodução é a alma da fazenda

Estação de monta movimentada as revendas em um negócio que envolve 13 milhões de vacas e novilhas de corte e leite



É o sinal de vida na Pecuária de Corte e Leite. Calor, umidade, alimentação farta e cio trazem às fazendas do Brasil inteiro a fase que move todo o negócio. Estação de monta, hora de programar a reprodução para buscar maior produção de bezerros, mais pesados, e precocidade dos animais, seja fêmea ou macho. Época, também, de utilizar uma técnica que revolucionou o segmento nos últimos vinte anos e hoje é responsável

Flunixinina

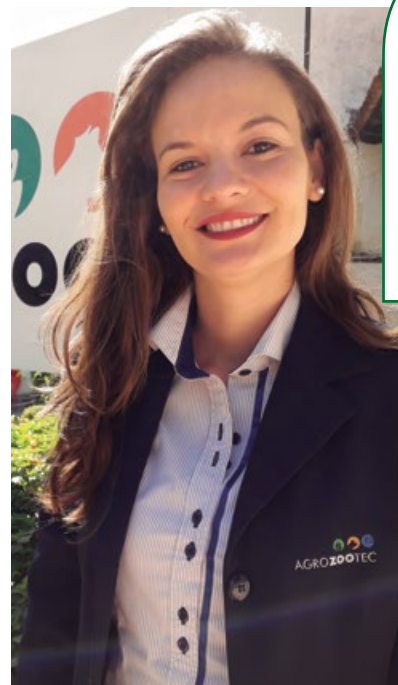
A solução da inflamação sem descarte do leite



- ✓ **Formulação: Megluminato de Flunixinina 91,243 mg**
(equivalente a 55 mg de flunixinina base)
- ✓ **Indicado para alívio da inflamação e da dor em bovinos, suínos e equinos**
- ✓ **Produto 3 em 1:**
Elimina a inflamação, a dor e a febre
- ✓ **Ação Anti Endotóxica: Diminui os riscos de choque**
- ✓ **Dose 1 mL/50 kg (1,1 mg/kg):**
Menor volume de aplicação, sem reação local
- ✓ **Descarte zero do leite:**

O produto não requer período de carência para consumo de leite quando aplicado via intramuscular em bovinos.





Joana Meireles, técnica de produtos Agrozootec

“Cada demanda é analisada para melhor atender a necessidade dos compradores da revenda.”

superprecoce, seguida de repasse de touro por monta natural. Propriedades que adotam este manejo na estação de monta conseguem finalizar a mesma com índices próximo a 85% de prenhez, podendo alcançar marcas superiores a 90%”, acrescenta Reuel Luiz Gonçalves, gerente de serviços técnicos da Biogénesis Bagó.

A movimentação verificada nas revendas exige bastante do varejo de insumos no amparo técnico dado aos pecuaristas. Eles precisam ser orientados a adquirir produtos de boa procedência e tempo de mercado e ‘fechados’ da

por 85% do sêmen comercializado no Brasil, a Inseminação Artificial em Tempo Fixo (IATF). “A IATF não é apenas uma técnica para emprenhar a vaca. Ela organiza a fazenda. E propicia vacas prenhes no momento certo, crias, gerações futuras das vacas mais perto das mães, bezerros nascendo na melhor época do ano, produção de mais carne por ano. É uma sacudida na cadeia produtiva. Bezerros oriundos de uma estação de monta chegam a até 20 quilos a mais de peso, só mudando a época de nascimento deles”, explica o paulistano Evandro de Souza, gerente de produtos da linha reprodução da Ourofino Saúde Animal, graduado na Universidade de São Paulo e com treze anos de experiência na área. “Hoje, a maior estratégia é associar a IATF com pelo menos uma ressinchronização, a segunda inseminação, precoce ou até

mesma empresa. “Para evitar o uso de protocolos ‘Frankenstein’, que em caso de algum insucesso pode ficar sem solução”, esclarece Reuel. Além dos produtos de boa antecedência, devem ser alertados a contratar assistência de profissionais capacitados para montar a Estação de Monta e organizar a IATF na propriedade, além da aquisição de sêmen e de outros insumos. “Devemos sempre buscar índices maiores do que 50% de prenhez. Algumas categorias jogam os índices para baixo, como nulíparas e primíparas, que não são eficientes como as pluríparas e vacas solteiras. Mas, com bons lotes, ressinchronização e repasse de touros, podemos chegar de 85% a 90%”, completa. “Não adianta ter produtos de qualidade se a informação não chegar ao campo, para quem realmente usa e vai observar os resulta-



Rudson Pimenta

“Queremos que o protocolo Ceva HBE seja bem conhecido na estação deste ano.”

dos. Por isso, a gente trabalha muito focado com os parceiros das revendas, com treinamentos, capacitação de pessoas, palestras educativas no campo e todo o suporte técnico necessário”, afirma Bruno Lima, médico-veterinário e gerente técnico da Virbac. “Investimos em um atendimento personalizado. Cada demanda é analisada individualmente para melhor atender à necessidade dos compradores da revenda. Periodicamente, enviamos materiais informativos e amostras para demonstrações. Há um canal direto com nossa equipe técnica e comercial, prezando a parceria e o relacionamento negócio a negócio”, conta Joana Meireles, médica-veterinária e técnica nacional de produtos da Agrozootec.

Tanta oferta só ajuda na evolução das tecnologias e na procura por melhores resultados. Evandro de Souza reforça que hoje existem fazendas que fazem até três IATFs e acabam não usando monta. “Tudo depende do grau de tecnificação da propriedade. Mas, com outros manejos para IATF, os bezerros

“A estratégia é alcançar marcas superiores a 90.”

terão um custo-benefício mais interessante, com mais quilos. Agora, um touro provado geneticamente, com valor agregado, acaba colocando DEPs no rebanho. Já na monta natural, você não está colocando esta diferença”, acrescenta Evandro.

A Estação de Monta no País varia de período no ano por causa do tamanho do Brasil. Mas, em grande parte do ter-

“Ter a estação nas mãos. Assim, a boa prenhes está garantida.”

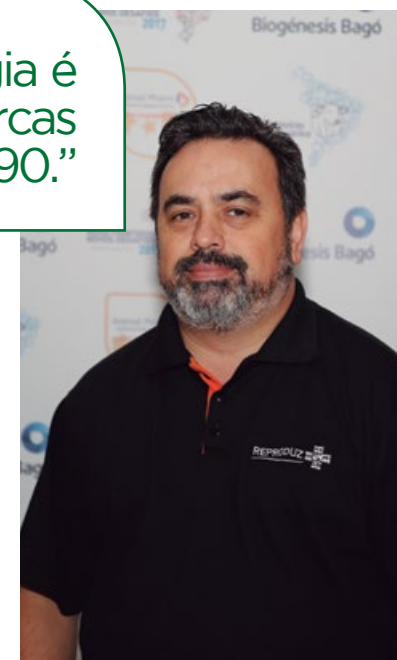


Evandro de Souza (Ourofino) – Vacinação, vermifugação e vacinas reprodutivas.

ritório, ocorre nos meses de setembro e outubro, bem na época das primeiras chuvas. Momento em que os pastos começam a se formar bem para a alimentação das fêmeas. E que vai propiciar melhores períodos de nascimento e de desmama nos dois anos seguintes. Uma boa parte das propriedades ainda atua com partos durante o ano inteiro, com touro solto na vacada. Mas as que investem em eficiência têm a estratégia de atuar com maior destreza neste período, concentrando prenhez e parição, de olho em crias mais pesadas no nascimento, sofrendo menos na seca, fortes diante de enfermidades e rendendo mais na desmama.

Trinta dias depois da inseminação, as vacas são avaliadas com ultrassom para verificar se estão gestantes ou não. E para determinar se o resultado foi de inseminação ou natural. Dez dias depois, os touros são soltos para ficar com as vacas durante um período. A preparação é total. Garantir fêmeas bem nutridas, disponibilidade de alimentação, pasto ou suplementação com concentrados ou silagem. Vacinação, vermifugação, vacinas reprodutivas. “É ter a estação nas mãos. Assim, a boa prenhez está garantida. E, depois que a vaca está prenhe, ela ganha peso. Enquanto isso, agimos no que a nossa empresa pode agregar de serviço ao pecuarista”, revela Evandro.

Os protocolos atualmente mais buscados já estão consolidados, tanto para



Reuel Luiz Gonçalves

os veterinários que os executam como para os pecuaristas que os solicitam. “Em gado de corte, o protocolo com três contenções é o mais utilizado, devido à facilidade de execução, pelo menor estresse dos animais (menos contenções) e pelas opções de ajustes de dias e horários para ele ser executado. Além de permitir opções ao veterinário e/ou à fazenda se for necessário adiantar o protocolo ou atrasar em uma eventualidade com resultados de prenhez semelhantes ao tradicional”, avalia Reuel Luiz Goncalves. Entre os produtos necessários mais demandados no balcão, estão o Bioestrogen (BE), Dispositivos de Progesterona, Croni-Cip (CE), Croniben (PGF), Ecegon (eCG), Bastão de Cio, Gonaxal (GnRH) e KIT Adaptador (Suplemento Injetável). E dá-lhe acessórios. Bainhas, aplicadores, pipetas, cateteres, palhetas, termômetros, produtos para coleta de sêmen e transferência de embriões, luvas de palpação e até botijão que pode armazenar mais de 13 mil palhetas. “Com o avanço das técnicas reprodutivas no Brasil, há cada vez maior demanda por produtos específicos para as finalidades de cada projeto de reprodução. Por isso, temos que ampliar a diversidade de itens de acordo com a necessidade dos técnicos e veterinários, além de atender à crescente demanda de diferentes espécies animais”, afirma Joana Meireles.

Porém, vale inovar, pesquisar, testar e medir. Sempre. “Incluimos nos produtos imprescindíveis dois que não estão nos protocolos mais buscados: o GnRH (Gonaxal) e o Suplemento Injetável (Kit Adaptador). Alguns trabalhos que realizamos demonstraram que a adoção estratégica de GnRH (Gonaxal), pontualmente em fêmeas que não apresentaram cio no protocolo de IATF, promove incrementos na taxa de prenhez destes animais que podem

variar de 3% a 10%. Mesmo quando utilizado em massa em todas as fêmeas protocoladas junto ao momento da IA, esta estratégia tem conseguido incrementos mesmo nos animais que apresentaram cio pré-IA”, conta Reuel Luiz. Outra novidade foi a utilização do Kit Adaptador, um suplemento injetável mineral e vitamínico pré-IATF, para combater radicais livres e o estresse oxidativo advindo dos manejos destas fêmeas na IATF. “Assim, conseguimos reduzir os efeitos deletérios dos radicais livres, melhorando a imunidade e, conseqüentemente, aumentando a taxa de prenhez dos animais tratados”, acrescenta.

A Ourofino perseguiu agregar valor antes mesmo do protocolo, atuando nos animais com uma fonte de progesterona. “Melhoramos o resultado em cinco pontos percentuais, depois de muita pesquisa. Isso é levar conhecimento e serviço à fazenda. E sair dos conhecidos 50% de prenhez. Interessante, agora, são as fêmeas superprecoces. A novilha é a categoria mais importante da fazenda, quanto mais cedo trazê-la para dentro da estação, muito mais benéfico para o pecuarista. Queremos Nelore aos 14 meses de idade. Ainda não é uma realidade, mas, com trabalho, genética, suplementação, detalhes técnicos de protocolo, é possível antecipar em dez meses essa novilha. Não é fácil. É um trabalho de longo prazo. Existem fazendas trabalhando há anos nisso e está se tornando realidade. Um bezerro no pé e já está gestante de outro bezerro. Em agosto. Iniciando uma nova estação de monta”, crava Evandro de Souza.

Mas a Ciência gosta de ousar e a estação de monta brasileira deste ano vai trazer uma alternativa ao uso do eCG. É um protocolo da Ceva Saúde Animal, que introduz o hormônio hCG (gona-

dotrófica coriônica humana), extraído da urina de mulheres grávidas. “O protocolo Ceva HBE integra o programa ReprodAction e mostrou-se extremamente competitivo nos experimentos de campo, com excelente retorno do investimento e sem nenhum questionamento ético quanto ao bem-estar animal”, defende Rudson Pimenta, gerente da Linha de Produtos para Gado de Corte da empresa. Os estudos foram realizados em uma fazenda comercial, envolvendo 1.200 vacas, com 60,6% de concepção média em seis lotes, sob o comando dos professores Pietro Baruselli e Roberto Sartori, da Universidade de São Paulo. O objetivo futuro é marcar presença em 80% dos protocolos de gado de corte. Os dados da nova tecnologia foram lançados em julho e replicados em sete eventos estaduais (MG, GO, MT, MS, TO, PA e SP). “Queremos que a técnica seja conhecida na estação deste ano, bem como funciona o hormônio. É hora de difundir os produtos para consolidar o procedimento nas próximas estações”, reforça Rudson Pimenta.

A reprodução na pecuária brasileira tem um longo caminho rumo à produtividade máxima. Ainda precisa vencer a observação de cio, as vacas vazias, os longos intervalos de parto. Oitenta e cinco por cento do mercado de venda de sêmen são inseminados por tempo fixo, mas o cio ainda é ruim por questão de manejo, nutrição inadequada, bezerro no pé. “O desafio de longo prazo é promover alterações drásticas nos protocolos de IATF. Prender a vaca apenas três vezes no curral. Diminuir este manejo e manter os resultados. Trazer as novilhas para 14 meses. Assim, iremos melhorando o impacto econômico dentro do sistema produtivo. E é um benefício para toda a cadeia de produção. Do frigorífico ao consumidor final”, sintetiza Evandro de Souza. **AR**

PASSO A PASSO



Definir a data do início da estação de monta



Escolha das fêmeas para estação e ajuste em até três anos



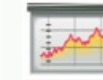
Quatro meses de estação



Concentrar o número de nascimentos | Diminuir o intervalo entre partos



Sincronizar fêmeas que não emprenham



Estabelecer IATFs e repasse de touros

REVENDA ORIENTA

• Adquirir produtos de boa procedência, tempo de mercado e da mesma empresa

• Contratar assistência de profissionais capacitados em EM e IATF

• Adquirir 5% a mais de produtos para eventualidades

PECUÁRIA DO FUTURO

TECNOLOGIA. PRODUTIVIDADE. SUSTENTABILIDADE.

ESTAÇÃO REPRODUTIVA

MAIS CIOS FÉRTIS, MAIS EMBRIÕES E FACILIDADE NO PARTO.

Para aperfeiçoar o manejo reprodutivo e conseguir melhores resultados a Real H possui o trio reprodutivo:

- **Pró-Cio:** Aumenta o número de Cios Férteis;
- **Embrioplus:** Reduz as mortes embrionárias;
- **Matrimax:** Mais partos normais.

Mais rentabilidade para seu **NEGÓCIO.**

67 3028-9000 / realh.com.br



Novo Grupo Publique brilha na Expointer 2019!

Empresa leva oito profissionais a Esteio (RS), é destaque no 'Espaço Bradesco Programa Fala Carlão' e firma novo desenho de negócios com Plataformas Exclusivas para o Agronegócio brasileiro e internacional

A data foi simbólica. Trabalhar na 42ª edição da Expointer, maior evento a céu aberto do Agronegócio do Brasil, na entrada de setembro, mês em que o Grupo Publique inicia sua quarta década de atuação como uma das agências mais tradicionais do segmento. O propósito foi levar a Esteio (RS) uma equipe de oito profissionais, a maior entre todas as agências que atuam no país. Aproveitar um palco que reuniu quatro mil animais, mais de quatrocentas mil pessoas, exibições de genética agropecuária, máquinas e implementos agrícolas, estandes de agricultura familiar, apresentações de música e dança. E inaugurar um espaço inédito, oferecido pelo Banco Bradesco, a instituição de crédito pri-

vado que mais investe na produção nacional de grãos, carnes e produtos, dentro do Parque Assis Brasil. Também acompanhando os clientes e parceiros na feira mais emblemática do Brasil. Em meio ao tradicional torneio equestre 'Freio de Ouro'; diversas raças de bovinos, ovinos e aves; julgamentos de animais e lançamento de produtos, tudo com muito churrasco, confraternização e participação de toda a sociedade gaúcha.

O 'Fala Carlão Série Especial Bradesco' transformou-se em uma das maiores atrações da Expointer. Uma arena de conversa descontraída e muita informação sobre diversos assuntos. Integração Lavoura – Pecuária – Floresta (ILPF), a presença do

Bradesco no Agro Brasil, as cadeias produtivas do segmento, a evolução do agronegócio nacional nas últimas décadas e os desafios futuros em tecnologias, produtividade, comercialização, crédito, sustentabilidade e gestão de recursos e pessoas.

"Estamos muito felizes de erguer esse espaço para conversar com as lideranças do setor. Assim, enriquecemos o trabalho na feira, aumentando a percepção de que o Bradesco é um banco do Agronegócio. E está ao lado do produtor para equipar as fazendas com as novas tecnologias", justificou Roberto França, Diretor de Agronegócios do banco. "O Bradesco e a John Deere trabalham lado a lado há quinze anos. O banco é um grande parceiro, nasceu no interior de São Paulo, financiando a produção rural. E a instituição firma esse nome cada vez mais. Seguiremos juntos, oferecendo ao mercado soluções modernas e bem competitivas para o setor", arrematou Paulo Hermann, Presidente da John Deere do Brasil

No estúdio preparado pelo Bradesco, Carlos Alberto Silva, o Carlão da Publique, CEO do Grupo Publique e apresentador do programa Fala Car-

- 1) Com Eduardo Kerbauy, Diretor de Mercado Brasil da New Holland.
- 2) Com Francisco Maturro, Presidente da Agrishow.
- 3) Com Gedeão Pereira, Presidente do Sistema FARSUL.
- 4) Com Gilson Trennephol, Presidente da Stara.
- 5) Com Joel Queiróz de Lima, Diretor Geral do Bradesco no RS.
- 6) Com Leandro Diniz, Diretor de Empréstimo e Financiamento do Bradesco.
- 7) Com o empresário Artur Monassi, da Tracan.
- 8) Com Paulo Hermann, Presidente da John Deere do Brasil.
- 9) Com Paulo Rivolo, Diretor Comercial da Case no Brasil.
- 10) Com Pedro Estevão Bastos de Oliveira, Presidente da Câmara Setorial de Máquinas e Equipamentos Agrícolas da ABIMAQ.
- 11) Com Roberto França, Diretor do Bradesco Agronegócios.
- 12) Com Rodrigo Junqueira, Vice-Presidente da AGCO.
- 13) Com Rui Rosa, Superintendente Executivo de Agronegócios do Bradesco.
- 14) Com Sandro Pinho, Gestor do Departamento de Agronegócio do Bradesco.
- 15) Com Wanderson Tosta, Diretor de Marketing da Jacto.
- 16) Com Márcio Fülber, Diretor Comercial da Stara.

lão, recebeu executivos de grandes empresas que atuam no Agribusiness. Conversou com Eduardo Kerbauy, Diretor de Mercado Brasil da New Holland; Wanderson Tosta, Diretor de Marketing da Jacto; Pedro Estevão Bastos de Oliveira, Presidente da Câmara Setorial de Máquinas e Equipamentos Agrícolas da ABIMAQ; Márcio Fülber, Diretor Comercial da Stara; Paulo Rivolo, Diretor Comercial da Case no Brasil; Artur Monassi, proprietário da Tracan e do criatório Senepol da Barra; Gedeão Pereira, Presidente do Sistema FARSUL; Paulo Hermann, Presidente da John Deere do Brasil; Leandro Diniz, Diretor do Departamento de Empréstimos & Financiamentos do Bradesco; Rodrigo Junqueira, VP da AGCO; Francisco Maturro, Presidente da Agrishow; Gilson Trennephol, Presidente da Stara; Sandro Pinho, Gestor de Cadeias Produtivas do Departamento de Agronegócio do Bradesco; Roberto França, Diretor de Agronegócios do Bradesco, e Rui Pereira Rosa, Supe-

rintendente Executivo de Agronegócios do Bradesco.

O 'Fala Carlão Série Especial Bradesco' encerrou as entrevistas com o anfitrião Joel Queiróz de Lima, Diretor Geral do Bradesco no Rio Grande do Sul. "É uma satisfação participar desse projeto. Trazer ao nosso Estado grandes lideranças para falar sobre negócios importantes, parceiros de primeira hora que têm relacionamento, tratam de investimentos, investem na Expointer e realizam operações de crédito", reconheceu Joel Queiróz.

As conversas foram ao ar pelas redes sociais do Grupo Publique e do Bradesco, postados no YouTube e no canal exclusivo do Fala Carlão. "Recursos são a mola mestra do crescimento do agronegócio. E o dinheiro público é insuficiente. O Bradesco tem uma grande participação neste processo. E avança no crédito agrícola, sendo parceiro importante da Federação de Agricultura do Rio Grande

do Sul", apontou Gedeão Pereira, Presidente do Sistema FARSUL. "Parabéns pela iniciativa do Bradesco, que é um parceiro nosso há mais de vinte anos. É um espaço para pecuaristas e empresários poderem dizer o que há de bom na Expointer e no país. E tudo com o Carlão e o Bradesco sempre dá certo", brincou Artur Monassi, proprietário da Tracan e do criatório Senepol da Barra.

A iniciativa também foi muito bem recebida por outros executivos do Bradesco. "Temos dois stands na Expointer. Estamos aqui recebendo amigos, firmando nossa presença há tempos, uma história longa no Agro, apoiando o setor. Estamos reforçando a equipe, atuando com quinze plataformas espalhadas pelo Brasil, com gente nova nas vendas agrícolas. É o projeto 'Open Bra', com pelo menos mil distribuidores para dar resposta sobre crédito aos empreendedores rurais em no máximo 48 horas. Queremos avançar no mercado. E comu-



Carlão entre Nathã Carvalho e José Amaral, do Núcleo Gaúcho dos Criadores de Gir Leiteiro e Girolando.



Grupo Publique presente na Expointer: em pé da direita para esquerda - Paulo Bonanni, Márcia Benevenuto, Adriana Bonanni, Priscila Pontes, Riba Velasco e Cairo Rodrigues. Sentados - Matheus Rodrigues e Carlão da Publique.

nicação é um fator fundamental. Por isso, ficamos muito satisfeitos em ter o programa e o Carlão conosco", enfatizou Leandro Diniz, Diretor do Departamento de Empréstimos & Financiamentos do Bradesco,

"O estúdio é uma oportunidade para trazermos os amigos da casa, as grandes lideranças. Falar do nosso envolvimento e como fazer um agronegócio ainda melhor. Como é o caso da Integração, um processo que vai recuperar áreas degradadas e revolucionar o segmento", analisou Rui Pereira Rosa, Superintendente Executivo de Agronegócios do Bradesco. "Importante o Fala Carlão estar aqui para falar do Bradesco, de inovações no agronegócio. Máquinas e equipamentos agrícolas, insumos, fabricantes e distribuidores, frigoríficos, trading e logística. Apoiando nossa nova operação, o 'Open Bra', despertando negócios com parceiros em rápida aprovação de crédito", afirmou Sandro Pinho, Gestor de Cadeias Produtivas do Departamento de Agronegócio do Bradesco.

O Grupo Publique, com seus negócios Agência de Publicidade, Propaganda e

Marketing; Plataformas AgroRevenda e Programa Fala Carlão, ainda mostrou on line a movimentação da Expointer, de cada início de manhã até o finzinho da noite. Preparando materiais para as redes sociais, newsletter, Plataforma AgroRevenda e Programa Fala Carlão. Sob o comando do Carlão da Publique e atuação dos profissionais Cairo e Felipe Rodrigues, Riba Ulisses, Priscila Pontes, Marcia Benevenuto, Adriana e Paulo Bonanni.

O saldo foi a captação e publicação de noventa e uma entrevistas para o programa 'Fala Carlão', outras vinte e uma matérias para o espaço 'Papo de Prateleira', além de cinco depoimentos para a campanha sobre a importância da suplementação mineral dos bovinos de Corte e Leite do Brasil, promovida pela Associação Brasileira das Indústrias do segmento, a ASBRAM, outro parceiro Publique. Um total de mais de 400 megas de imagens. Cobertura total do Grupo Publique para seus negócios, além de apoio total aos clientes Semex Brasil, Grupo Pitangueira, ABCB Senepol e SBC Certificações, todos marcando presença na Expointer 2019.

E, durante a Exposição, o 'Carlão da

Publique' foi homenageado com o 'Prêmio Personalidade' pelos criadores de Gir e Girolando do Rio Grande do Sul, na pista central do Parque Assis Brasil, no encerramento do coquetel que comemorou os dez anos de atividades do Núcleo Gaúcho de Criadores das duas raças. Carlão recebeu a medalha de Nathã Carvalho e José Amaral, coordenadores do Núcleo Gaúcho. "O Carlão é um grande amigo dos produtores do Estado. Sem falar que o Grupo Publique sempre foi um parceiro da associação, inclusive tendo criado a logomarca utilizada pela entidade durante quase uma década", lembrou Nathã Carvalho. "É uma homenagem justa. Escolhemos a dedo as personalidades que gostaríamos de agradecer neste dia tão especial para o Núcleo. E o Carlão, certamente, é uma delas", completou José Amaral. Escritor, cronista, técnico agrícola e produtor rural, Carlão já presidiu a Associação Paulista dos Criadores de Gir Leiteiro (APCGIL), tendo se dedicado à criação da raça em Porangaba (SP) durante mais de dez anos. "Já fui criador e é um prazer conviver com tantos amigos e parceiros aqui na Expointer, comemorando um trabalho tão bem feito pelos pecuaristas gaúchos", agradeceu.

Labgard é sucesso na Expointer 2019

Rua lotada na noite de festa da Labgard, com os churrasqueiros do Comparsa Cabeça de Touro.



A noite de quarta-feira da Expointer 2019 foi histórica e comprovou que a presença da Labgard Saúde Animal na exposição deste ano em Esteio (RS) não vai ser esquecida tão cedo. A rua, na Quadra 46 do Parque Assis Brasil, ficou lotada, iluminada pelo neon da fachada do estande e pelo calor da churrasqueira, especialmente montada e guarnecida de cortes como vazio, entrecôte, costela, paleta, pernil e vegetais, sob o comando do quarteto que forma o grupo de assadores 'Comparsa Cabeça de Touro'.

Dentro do estande, espaço erguido em tempo recorde em 2018, o time Labgard recebeu parceiros, clientes, amigos e o público do agronegócio para divulgar seus lançamentos, promover a ge-

ração de negócios e comemorar quatro palavras: Produtividade, Confiança, Inovação e Bem-Estar Animal.

A Labgard é uma empresa de saúde animal especializada na fabricação de antiparasitários, antimicrobianos e medicamentos específicos para combater as principais enfermidades que atingem os rebanhos. Os produtos estão divididos em três categorias: Linha Pet, Linha Vet e Linha Home. Nos nove dias da Expointer 2019, a Labgard mostrou sua linha de medicamentos campeões de vendas, consagrados pelo mercado, como Silverbac, Terragard e Tetrapen PPU. Com destaques para o Matabicheira Lab, produto com alta eficácia e de excelente custo-benefício. E o Bovecto Pour On, agora em nova apresen-

tação, testado clinicamente e validado pelos centros de pesquisa Gaia e Novavet (MG). "São inúmeras pragas que atacam os bovinos, principalmente no Sul do Brasil. Carrapato, moscas, piolho. Eles causam sofrimentos aos animais, prejudicam o couro e resultam em prejuízos que passam de R\$1 bilhão. E os testes feitos com Bovecto Pour On comprovaram eficiência no combate às pragas", explicou o especialista Francisco Carvalho (Centro de Pesquisas Gaia). "Depois de cinco meses de testes, ficou claro que é um produto persistente, com bom efeito residual", reiterou o médico-veterinário Lucas Matos. "Bovecto Pour On é inovador. Um grande exemplo da nova cara da Labgard. Uma tecnologia para todas as revendas e os distribuidores colocarem nas prateleiras", reco-

Expoiner, aos nossos amigos, e desenvolver novas parcerias", reforçou Fernanda Ambrosino, Gerente de Produto da Linha Vet.

O sucesso da presença na última edição da Expointer comprova o segundo ano de uma parceria de excelência. A Expointer é reconhecida como um dos maiores eventos agropecuários do mundo e considerada a maior feira da América Latina a céu aberto. E, em 2019, reuniu as últimas novidades da tecnologia agropecuária e agroindustrial da América do Sul. Recebeu mais de quatrocentos mil visitantes e movimentou R\$ 2,3 bilhões em comercialização.

A Expointer reuniu novidades em tecnologia, inovação, agropecuária e agroindústria. E a Labgard aproveitou para mostrar ao mercado os produtos e as inovações, dialogando diretamente com produtores, criadores, pecuaristas e visitantes que reconhecem o excelente custo-benefício do portfólio e a qualidade altíssima dos medicamentos. "A gente sentiu uma energia bem positiva, graças às pessoas e aos parceiros. Cada integrante do nosso time ajudou a montar a noite muito especial da Labgard e, todos os dias de atendimento.

Queremos agradecer a todos. Cada vez mais, construímos uma empresa que está oferecendo ao mercado algo novo, muito diferente. Mantendo o objetivo de fortalecer a marca que foi criada por veterinários empreendedores com foco em pessoas e apaixonados pela saúde animal", comemorou Carol Galli.

Emoção também foi o sentimento vivido pelo Sócio e Diretor Comercial da Labgard, José Carlos Cattani. No fim da festa promovida pela empresa naquela noite especial, ele fez um agradecimento dirigido aos presentes e a todo o segmento. "Não existe empresa sem cliente. E, também, é necessário haver Tecnologia, com a excelência alcançada por equipes de primeira, como a do Grupo Ipanema. Gente formada, treinada e atualizada. Profissionais de alto gabarito, que comprovam a qualidade dos produtos, como o Bovecto Pour On, uma excelente opção para os canais de distribuição e varejo. A Expointer permitiu, pelo segundo ano consecutivo, o fortalecimento da nossa marca e o contato direto com o que é tendência no mercado. Faz parte da nossa estratégia estar entre as maiores empresas de saúde animal da América Latina até 2028", saudou José Carlos Cattani.

mendou Carol Galli, do Marketing Estratégico e Novos Negócios da Labgard.

A Labgard Saúde Animal integra o Grupo Ipanema, que possui um trabalho forte nas áreas de Pesquisa e Desenvolvimento, Produção, Supply e Logística, além de oferecer um laboratório montado e instalado para análises contratadas pelos clientes da Indústria. Mantém fábrica em Araçoiaba da Serra (SP) e uma Unidade de Negócios em Campinas (SP), no Condomínio Empresarial Praça Capital, onde trabalham os times Comercial, Marketing, Administrativo, Financeiro e de Novos Negócios. "A qualidade comprovada de Bovecto Pour On é prova da excelência do trabalho técnico desenvolvido pela equipe Labgard. E foi ótimo mostrar isso ao público da



Fernanda Ambrosino, Carlão, Carol Galli e José Carlos Cattani.

Biogénesis Bagó e Lallemand anunciam parceria

Empresas criam estratégia de Nutrição e Sanidade para o pecuarista brasileiro

Sanidade e nutrição em prol da produtividade da pecuária brasileira. Este é o foco da parceria firmada e anunciada durante a 42ª Expointer, em Esteio (RS), entre as empresas multinacionais Biogénesis Bagó, da Argentina, e Lallemand, do Canadá, para trabalhar e ajudar o produtor do Brasil a alcançar as suas Fronteiras Produtivas. "Conhecemos a necessidade do produtor brasileiro e essa parceria vai permitir que as duas empresas trabalhem suas expertises em sanidade e nutrição para ajudar o pecuarista no seu modelo de produção diário, otimizando os recursos para produzir mais e melhor, seja no corte ou no leite", afirmou Marcelo Bulman, Country Manager da Biogénesis Bagó no Brasil. A sinergia resultante vai oferecer ao mercado veterinário ainda mais profissionalismo e extensionismo, com diversificação de produtos e soluções. "Atender o produtor em sua plenitude, podendo conversar sobre sanidade e nutrição como fatores que alavancam a sua produtividade será, sem dúvida, um grande diferencial nesse nosso mercado. Iniciaremos com três produtos, mas outros virão para cana-de-açúcar, silagem etc.

Vejo uma imensa possibilidade de multiplicação com a Biogénesis, que tem grande presença no campo. Um momento feliz para as duas empresas", acrescentou Paulo Soeiro, Diretor Executivo da Lallemand para a América do Sul.

Inicialmente, a Biogénesis Bagó vai distribuir com exclusividade no Brasil os produtos Sil-All 4x4, Actionguard Bezerro Pasta e Actionguard Bezerro Pó. O Sil-All 4x4 é um inoculante de silagem com quatro cepas de bactérias e quatro enzimas para melhorar a preservação da forragem durante a ensilagem. É indicado para uma ampla variedade de forragens. O Actionguard Bezerro Pasta é uma bisnaga contendo probióticos, MOS e vitaminas. Formulação com levedura viva exclusiva da Lallemand (Levucell SB), além de três cepas de leveduras inativas prebióticas (Yang), voltadas para a melhoria de aspectos imunitários e suporte durante tratamentos com antibióticos, protegendo e prevenindo ocorrências do trato intestinal. Já o Actionguard

Bezerro pó é o mesmo produto na apresentação pó, que pode ser diluído no leite ou administrado via ração.

A Biogénesis Bagó conta com portfólio de mais de 70 produtos e 650 registros na América Latina, China e Ásia. É a maior provedora de vacinas antiaftosa da América, com 30% do total produzido. Sua capacidade anual de produção é de 200 milhões de doses de vacinas contra febre aftosa, 30 milhões de doses de vacina antirrábica e 100 milhões de doses de vacinas combinadas. A Lallemand Animal Nutrition (LAN) é parte do Grupo Lallemand Inc. e desenvolve, produz e comercializa leveduras e bactérias específicas e derivados de microrganismos para aplicações em panificação, nutrição animal, ingredientes flavorizantes, culturas especializadas, enologia, cervejas/destilados, biocombustíveis, soluções em saúde, farma e cuidado vegetal. No Brasil, tem sede em Aparecida de Goiânia (GO) e unidades de negócios em Patos de Minas (MG - Plant Care) e Piracicaba (SP - Produção de microrganismos).

A Biogénesis Bagó também aproveitou a exposição para mostrar os resultados dos investimentos feitos no Brasil nos últimos dois anos, em programas como "Prova Canal" e "Prova Fazendeiros", além de projetos como "Na Estrada" e "Reproduz+". O "Na Estrada" foi lançado no início de 2018, com investimentos de mais de R\$ 4 milhões em veículos, equipamentos, customização, contratação de equipe e capacitação dos profissionais. A frota customizada com consultores especializados transformam os veícu-



A estância gaúcha erguida pela Biogénesis no Rio Grande do Sul.

Profissionais e produtos trabalhando pelo Agro do Brasil.



Biogénesis Bagó
A evolução da saúde animal

los em oficinas de capacitação e exposição técnica, levando extensionismo rural diversificado a revendas e fazendas de todo o Brasil. “Foram mais de 44 mil visitas realizadas aos clientes do mercado brasileiro. Acesso direto a mais de 1.100 lojas agropecuárias e mais de 600 pecuaristas assistidos. Mais de seis mil profissionais de vendas treinados e cerca de 4.500 peões e capatazes capacitados para boas práticas de manejo racional e aplicação correta e eficiente dos produtos. E incrível número de seis milhões de quilômetros percorridos do norte do Pará ao sul do Rio Grande do Sul”, informa Carlos Godoy, Gerente de Marketing da Biogénesis. “A equipe fez o resultado, levando treinamento, produtos e inovação ao Brasil inteiro. Todos os profissionais envolvidos, trabalhando com felicidade e alegria, e ouvindo os anseios dos produtores, o que é mais importante. Principalmente os pequenos. E ainda aprendemos bastante sobre logística”, reforçou Marcelo Bulman.

A empresa vem conquistando importantes prêmios e reconhecimentos, como o Troféu Agroleite, em 2018, e o ‘Great Place to Work’, em 2019, sendo classificada em sexto lugar no ranking das melhores empresas do Agro para



Ésteban Turic, CEO Global da Biogénesis Bagó

se trabalhar, além do Prêmio Animal Pharm como Melhor Empresa do Setor na América do Sul.

Durante a Expointer, a Biogénesis também inovou ao recriar uma autêntica estância gaúcha, com todas as características de uma propriedade rural do Rio Grande do Sul. “Nosso objetivo é consolidar o negócio na Ásia e América Latina, oferecendo novas tecnologias, aproveitando o crescimento dos países nestas regiões, em população e demanda por alimentos proteicos”, afirmou Ésteban Turic, o novo CEO Global, que esteve sempre presente no estande da em-

“ Objetivo é consolidar o negócio na Ásia e América Latina.”

presa. Ésteban passou quatro anos na China, onde a Biogénesis mantém a maior fábrica de vacina contra a Febre Aftosa do mundo. “Queremos melhorar a pecuária brasileira para atender melhor produtores e consumidores. Já somos uma das 25 mais importantes empresas de saúde animal no mundo, a terceira da América do Sul e a que mais cresceu no segmento brasileiro nos últimos dezoito meses”, completou.

Já Sebastian Perreta, Diretor de Novos Negócios Corporativos Biogénesis Bagó, explicou o olhar ainda mais atento da empresa para as Américas. “Este é o oitavo ano consecutivo em que marcamos presença em Esteio (RS). Estou passando nas principais feiras agropecuárias do continente, onde já atendemos mais de 30% dos bovinos de carne e leite. Trabalhamos para expandir o mercado em países como Paraguai, Uruguai, Colômbia, Bolívia e México, atendendo a toda a demanda do continente por proteína animal”, finalizou Perreta.

“Temos muito orgulho do que estamos escutando de nossos clientes em cada visita que realizamos por esse Brasil afora. Seja no campo, dentro da fazenda, na cidade ou dentro da revenda, a imagem da nossa empresa perante os nossos clientes hoje é outra. Queremos agora colocar a Biogénesis Bagó no topo do mercado veterinário brasileiro e, para isso, precisamos continuar crescendo e nos diversificando”, completou o Country Manager da Biogénesis Bagó no Brasil.



Marcelo Bulman, da Biogénesis Bagó



Paulo Roberto Soeiro, Diretor Executivo Lallemand Animal Nutrition



CAIRO RODRIGUES/PUBLICBANC/AGENCIAS

Vetoquinol apresenta portfólio para a Pecuária

A francesa Vetoquinol, uma das 10 maiores empresas de saúde animal do mundo, pela primeira vez recebeu pecuaristas e parceiros comerciais em casa própria na Expointer. Com um ampliado e completo portfólio de parasiticidas para bovinos, fruto da recente aquisição da Clarion Saúde Animal, empresa brasileira com forte pipeline de produtos para animais de produção.

Jorge Espanha, presidente da Vetoquinol no Brasil, afirmou que a exposição foi o palco ideal para anunciar os benefícios que a associação de Vetoquinol e Clarion oferece para a saúde animal da pecuária local, incluindo medicamentos para o combate de enfermidades frequentes em rebanhos do estado, dentre as quais o carrapato. Como o Fiprotack, o Altis Injetável e o Flytion EC 50. Além dos produtos contra carrapatos e doenças causadas por esse importante parasita, a Vetoquinol destaca soluções para outros problemas de saúde recorrentes na pecuária do Rio Grande do Sul, que incluem o Contratack Injetável (único endectocida de longa ação associado ao Fluazuron) e os antimicrobianos Aviva Max, Acura Max

e Forcyl. Jorge Espanha recepcionou a todos em Esteio (RS), ao lado do Diretor Pedro Bacco.

A aquisição da Clarion Saúde Animal pela Vetoquinol ocorreu em abril de 2019. Com essa união, o portfólio de produtos para bovinos de corte e de leite da Vetoquinol mais que dobrou de tamanho. A companhia passou a ser uma das 15 maiores indústrias de produtos para saúde animal do Brasil, com duas fábricas: uma em São Paulo e outra em Goiás.

A Vetoquinol também mostrou a linha Equistro aos médicos-veterinários, pro-

prietários e criadores de cavalos do Rio Grande do Sul, composta pelos suplementos Excell E, Haemolytan 400 Ipa-ligo, Kerabol, Mega Base, Mega Base Junior e Myo Power Pellet.



Jorge Espanha, presidente da Vetoquinol



Humberto Moura, da Vetoquinol



Pedro Bacco, diretor da Vetoquinol

Basso Pancotte e Virbac: parceria vitoriosa



Bruno Lima, Gerente Técnico da Virbac, Arthur Meletti, Gerente Regional da Virbac, e Jair Pancotte, sócio fundador da Basso Pancotte

Uma união perfeita e que está comemorando trinta anos de sucesso. De um lado, a força e a tecnologia de um dos maiores nomes da indústria de saúde animal, a Virbac - Multinacional Francesa e referência no mercado veterinário mundial pelo seu amplo portfólio de produtos biológicos e farmacêuticos; do outro, a expertise de uma equipe de vendas de alta performance, a Basso Pancotte - empresa que mantém três centros de distribuição no Brasil (Vespasiano - MG, Cambé - PR, e

Nova Alvorada - RS) e se firmou como uma das mais respeitadas empresas especializadas em atender agrovendas no Brasil com portfólio de mais de dez mil itens para venda, duzentos representantes comerciais espalhados pelo país, e mais de cem médicos veterinários que prestam assistência técnica para as lojas e produtores rurais.

Neste contexto de parceria destaca-se o trabalho que vem sendo realizado com o produto Fosfosal, multimineral injetável indicado para melhorar os resultados dos protocolos de reprodução do gado de corte e leite, no pós-parto, na desmama e momentos de alto desafio do ciclo produtivo dos bovinos. Um produto desenvolvido para o Brasil e que agora começa a ganhar o mundo.

"É lucro certo para o lojista. O Fosfosal é um divisor de águas, líder de mercado e vem se consolidando cada vez mais, em várias regiões do país", afirma convicto

Jair Pancotte, Diretor Comercial da Basso Pancotte.

"Investimos muito no Fosfosal porque o resultado que ele entrega é muito bom. Um produto único no mercado e com resultados comprovados a campo. Temos orgulho de contar com o trabalho muito bem feito pela Basso Pancotte com um de nossos 'carro-chefe' de vendas", explica Arthur Meletti, Gerente de Vendas da Virbac.

A Basso Pancotte completa 31 anos de mercado e é comandada por Jair Pancotte, Diretor Comercial e Oneide Basso, Diretor Administrativo que estão na empresa desde o início. Atualmente, é um grande parceiro da Virbac no Brasil. "A Virbac vem com um crescimento expressivo no mundo e no Brasil, e a Basso Pancotte é um grande parceiro. Somos líderes mundiais no conceito de mineralização injetável em bovinos e tivemos o prazer de fazer o lançamento do Fosfosal em nosso país. Agora, vamos aproveitar essa grande parceria comercial para divulgarmos ainda mais o conceito de mineralização injetável e melhorar os resultados dos pecuaristas tanto de gado de corte como de gado de leite", conta o Médico Veterinário e Gerente Técnico da Virbac, Bruno Lima.

Fundada na França em 1968 pelo médico veterinário Pierre Richard Dick, a Virbac está presente em mais de cem países, e hoje ocupa a 7ª posição no ranking mundial das companhias farmacêuticas veterinárias. "A Basso Pancotte foi uma das primeiras empresas parceiras da Virbac no Brasil e crescemos juntos ao longo desses trinta anos. Se depender da Virbac, vamos crescer muito mais nos próximos anos", conclui Arthur Meletti.



Mehdi Laraich, Diretor Unidade de Negócios Bovinos, Bruno Lima e Arthur Meletti.

COMPROVE O EFEITO FOSFOSAL® NO SEU REBANHO



Conheça mais em fosfosal.com.br

WhatsApp do Fosfosal®: 11 97101-6603

A CASA DO FOSQUIMA



**50 anos de respeito
pelo produtor rural**



O Poder da Distribuição no Brasil

Revendas prometem forte crescimento, apostam em tecnologia, vão gerar cinco mil novos empregos até o ano que vem e desenharam um novo formato de atuação

É, depois de tudo, outro admirável e desafiador mundo novo. Há cinquenta anos, o Brasil iniciou um caminho que tirou o País da condição de importador de alimentos para a terceira potência do agronegócio do planeta. Foram tempos de pesquisa, mão na enxada, suor na testa, pé na estrada para conquistar mercados mundo afora e energia para baratear o prato de comida do brasileiro. Trajetória conhecida de perto por homens e empresas que fizeram a história da revenda e da distribuição de insumos em cada canto de nosso território. Pois a terceira década de um século novo está chegando e esses mesmos homens estão dispostos a fazer uma nova história. Agora, na toada de internet, drones, eficiência máxima, gestão, equipes de trabalho, sucessão, consolidação, concentração. O que existe de comum nas duas eras? Trabalho, ofício dominado, experiência faminta por novos conhecimentos.

O Brasil vive uma consolidação nos três níveis do negócio. Produtores, indústria e distribuição. E a certeza de que todos terão seus espaços. "Para nós, é claro que vamos continuar trabalhando com a distribuição e ainda investindo bastante, lançando pelo menos dois novos ingredientes por ano. Nosso compromisso é sermos parceiros. Acreditamos no modelo e vamos permanecer competindo na cadeia inteira, com

genéricos e inovações", defende Luciano Daher, executivo que comanda a área comercial da Syngenta no Brasil, empresa que possui uma política definida para a distribuição desde 2003, o PEDSYN, ao lado de 2.500 parceiros em revendas e cooperativas. Ele relembra a profecia equivocada anunciada no passado de que o mercado de defensivos ia acabar. "É um setor que vem crescendo ainda mais e com novidades tecnológicas eficientes e sustentáveis. O Agro precisa do sistema de distribuição de agroquímicos. Estamos juntos nessa jornada. E digo que, atualmente, desenvolvemos novas moléculas que irão substituir, até 2028, pelo menos 70% do nosso atual portfólio", confidenciou.

Este admirável mundo novo também mudou de foco. O modelo de negócio baseado em produto não funciona mais, segundo o especialista Mateus Alberto Cônsoli, da Markestrat, empresa fundada em 2004. "A concorrência e competitividade das últimas décadas forçaram as margens da distribuição para baixo. Hoje, elas não passam da casa dos 15%. Por isso, o que importa agora é eficiência comercial e operacional. As revendas investiram em uma atuação que foi positiva, mas hoje há vendedores que faturam mais do que os sócios do negócio. Você tem poucos clientes que impactam muito o faturamento da loja. Às vezes, 75% do



A SEGURANÇA QUE SUA EMPRESA
PRECISA COM A QUALIDADE QUE
VOCÊ PROCURA!

A2G Corretora de Seguros oferece
mais do que proteção para seu negócio.



Seguro Patrimonial



Seguro de Roubo
de Mercadorias



Responsabilidade
Civil Ambiental



Seguro de Transporte
de Insumos Agrícolas



Seguro de Frota



Seguro de Vida
e Saúde, entre
outros.

Tel: (11) 3628-8108 | (11) 3926-8108
atendimento@a2gseguros.com.br





Oswaldo Abud (AgriRede)

“Não é só comprar juntos, mas vender melhor”



Roberto Mota

“Os distribuidores precisam oferecer produtos e serviços aos fazendeiros”

dinheiro que entra vêm de apenas 11% dos parceiros”, analisa. Mateus defende a tese de que não adianta o distribuidor ficar aguardando por lançamentos de novos produtos pela indústria para turbinar as vendas. E que o futuro já foi desenhado. “A concentração vai continuar. Os grandes têm poder financeiro, logística e acesso ao crédito. Mas existe um belo espaço para as unidades menores, os especialistas, médios e pequenos. Não é o tamanho que manda. E sim, a velocidade, o controle e o relacionamento”, acrescenta. Porém, o especialista indica que os desafios são os mesmos nos dois modelos de negócios: gestão, saída da dependência de poucos clientes, digitalização, estoques, e-commerce, seguros, aplicativos, market place, campanhas e comunicação.

Parte desta tarefa de casa já vem sendo feita. É o caso do comércio pela internet. Mas ‘não é bolinho, não’. “A venda direta ainda não funciona inteiramente bem. Não vejo uma disruptura tão grande assim no mercado, pois a revenda é quem está bem perto do cliente. Então, por enquanto, penso que um modelo em que todos ganhem é o melhor direcionado. E a ação prioritária é uma campanha que una distribuição e indústria”, reconhece Gustavo Barbosa, diretor comercial da Luft Logistics, empresa que atua com a venda e entrega de inúmeros produtos na capital paulista. “Vai ter espaço para o e-commerce também. Até chegamos a criar algo nesse sentido, mas desistimos porque não queríamos criar um valor e destruir outro, ao mesmo tempo. Por enquanto, pode não ser o caminho ideal. Temos que pensar em um modelo que seja mais inclusivo, com a logística fracionada. E, no geral, entendermos que o importante no futuro é estar ao lado

do agricultor, influenciá-lo. Fazemos já, mas em regiões específicas do País. Pode ser uma alternativa, mas não para concorrer com a Rede”, pontua Luciano Daher.

Outra ‘casca de banana’ para o segmento é a famosa ‘bandeira’. Todos concordam que elas alavancam o negócio, mas não garantem mais lucros. “A correlação não é mais obrigatoriamente positiva. E a Nutrição é a maior prova, com valores em queda continuamente. Não adianta baixar preço para fazer portfólio e por a equipe para vender tudo. Tem que pensar no cliente. Captar valor dá trabalho, mas é necessário. É o futuro. Balancear a bandeira-chave com boas alternativas”, defende Mateus Alberto Cõnsoli. O analista ainda adverte que o negócio local para o revendedor é o market place e que a máxima é a experiência de compra. “O distribuidor é quem está perto do cliente”, emenda.

Roberto Mota, presidente e CEO da Agroamazonia, potência da revenda com 32 unidades em seis estados, não poderia pensar diferente. De olho na meta de criar novas dezoito filiais em quatro anos e cobrir todo o Brasil, adquirindo distribuidores nas regiões Sul e Sudeste, sob o manto da internacional Sumitomo. “A população mundial está crescendo a um ritmo de 180 mil pessoas por dia. E o nosso país precisa produzir pelo menos 40% desta nova necessidade. Só nós temos clima, solo, tecnologia, chuva, luminosidade e produtores competentes para aumentar a produtividade assim em agricultura e pecuária. Os distribuidores precisam oferecer produtos e serviços aos fazendeiros, para eles poderem diminuir os custos e aumentar a produtividade, melhorando a gestão do negócio e a rentabilidade. Protegendo o meio ambiente ao mesmo tempo.

Desenvolvimento sustentável com agritecnologia. E isso para produtor rural de qualquer tamanho. Temos ferramentas, produzimos muitas informações, temos equipes capacitadas de agrônomos para interpretar os dados e fazer uma boa recomendação ao agricultor”, garante Roberto com um sorriso nos lábios.

Receita que outros dois executivos de primeira sabem de cor. Marcelo Magurno dirige a FMC Química do Brasil, potência que mantém laços fortes com o setor em pelo menos 45% da comercialização. “Usamos cooperativas e venda direta para grandes produtores e na cana-de-açúcar das regiões Norte e Centro-Oeste. Mas a revenda é o nosso principal canal de acesso em cultivos como soja, milho, HF e café. Setores fragmentados, com um número bem maior de fazendeiros produtores. E seguiremos assim. Equipe de campo no País todo, ações locais como dias de campo, palestras demonstrativas de produto, visita direta a produtores. Além de outras campanhas nacionais, como o lançamento da soja, atualmente. Tanto que utilizamos rotineiramente nossa estação de pesquisa e desenvolvimento de Paulínia (SP) para treinar os vendedores dos distribuidores”, garante. Já Oswaldo Abud comanda a poderosa AgriRede, união de 47 distribuidores, responsáveis por nada menos do que R\$ 3,7 bilhões em negócios. “O principal objetivo da entidade é a melhoria na gestão empresarial das revendas. Não é só comprar juntos, mas vender melhor, com segurança e garantia. Comercializar melhor os produtos, atender melhor o agricultor e o pecuarista. E sempre cabe mais gente, estamos abertos para novas adesões, outros associados”, convoca.

Outra entidade conhece esse caminho das pedras há pelo menos uma década. Daniel Martins Oliveira, coordenador executivo da Associação dos Distribuidores de Insumos Agrícolas do Cerrado (ADICER), confessa que a atuação vencedora vai permanecer até porque é uma postura natural de fazer negócios. “Há uma década, o objetivo era ter uma interação, de acordo com as necessidades de cada elo. Não é só a distribuição que necessita da cooperação da indústria. A indústria também precisa de nós como parceiros, inclusive para sermos prospectores na formação de produtos lá no campo, com serviços técnicos, de eficiência dos lançamentos, das moléculas, dos princípios ativos. Isso tem que ser totalmente acompanhado no campo. E quem faz isso? A distribuição. A relação é estreita antes mesmo da necessidade. Nasceu como motivação. Em participação de resultados, imagem, formação de mercados. É uma realidade a nossa relação, todos os comitês já conversam sobre isso. Em nossa região, a indústria também está ao nosso lado, com gerentes comerciais, supervisores. É uma constante”, reforça.

Pois essa dupla indústria & revenda não para de pensar em como negociar bem e mais. Veja a Rotam, empresa com apenas 16 anos de presença no Brasil, que mantém uma estação experimental no interior de São Paulo (Artur Nogueira), comercializa há dez anos e emprega 45 pessoas nas vendas, no marketing e no desenvolvimento de produtos. Ela distribui seu produtos com mais de dois mil parceiros de revendas. E é louca por resultados. “Nosso principal acesso é pela distribuição. Portfólio complementar, somos parceiros do cliente, é o nosso principal meio de acesso ao mercado”, esclarece Vitor Raposo, Gerente de Marketing. E,



Vitor Raposo, Gerente de Marketing da Rotam

“Projeto para turbinar vendas leva parceiros à China”



Gustavo Barbosa (Luft Logistics)

“E-commerce ainda não funciona inteiramente bem. O modelo está sendo desenhado”



Marcelo Magurno (FMC Química do Brasil)

“A revenda é o nosso principal canal de acesso em vários cultivos”



Mateus Alberto Cónsoli (Markestrat)

“Hoje há vendedores que faturam mais do que os sócios do negócio”

para turbinar esse caminho, a grande tacada é o projeto 'Malas Prontas para a China', um incentivo de vendas que leva as lojas que atingem as metas estabelecidas para uma visita especial ao gigante do Oriente. “Eles vão fazer uma viagem que não conseguiriam realizar sozinhos. Destacamos um funcionário para acompanhar a equipe. Vão conhecer por dentro a fábrica da Rotam, nossos projetos com utilização de drones, saber detalhes dos suprimentos chineses de agroquímicos e, ainda, mergulhar fundo em um País de cultura milenar”, explica Vitor. No ano passado, 40 revendas participaram e doze delas voaram para a China. “No Brasil, atuamos apenas com o Agronegócio. Mas na China, eles vão poder saber da potência que somos. A Rotam é uma holding com várias linhas em nutrição de plantas, fábricas, diversos laboratórios. O País representa 49% das aplicações da nossa empresa”, completa.

Achou pouco? A largada da australiana Nufarm, empresa centenária do mercado global de defensivos agrícolas, rumo à safra de verão 2019 – 2020, saltou da roça para o Jockey Club de São Paulo, ao lado de um grupo de sessenta distribuidores, que assistiram, da Tribuna de Honra, a um páreo noturno exclusivo. “Foi uma noite de celebração ao agronegócio e ao fortalecimento de parcerias estratégicas, com vistas aos desafios da safra que se inicia. Como fazemos todos os anos por ocasião do Congresso ANDAV”, destacou Gilberto Schiavinato, Diretor Geral da empresa. No páreo, os cavalos receberam nomes de produtos do portfólio de tecnologias da companhia australiana. “A adrenalina da competição é emocionante em nosso setor. Todo dia tem novidade. Estamos em um mercado dinâmico e que carrega adiante, safra após safra,

a economia brasileira. Planejamos lançar novos produtos e investir, também, no desenvolvimento de ferramentas de negócios que ampliem o acesso do agricultor e do distribuidor de insumos ao portfólio de tecnologias da companhia”, confirma Fernando Manzeppi, Diretor Executivo de Marketing da Nufarm.

E as corporações que vêm se juntando ao time endossam o coro. “Nossa política global é atuar na distribuição. Queremos nossas equipes bem próximas das revendas e dos produtores, para prestarmos uma perfeita assistência técnica. Já atuamos com duzentas revendas e vinte cooperativas, além de 50 pools de compra. Em soja, milho, café, trigo, feijão irrigado, cevada, maçã e citros. Estamos construindo uma fábrica em Londrina (PR) de olho nos produtos orgânicos, em hortifrúteis e na nutrição foliar, que é o segundo grande mercado brasileiro”, esclarece Wladimir Chaga, Presidente da Brandt, empresa norte-americana com 65 anos de tradição em fertilizantes especiais e adjuvantes, atuando em mais de cinquenta países, com seis fábricas, especializada em produtos para as mais diversas culturas. Fatura um bilhão de dólares e está no Brasil há apenas quatro anos. “Mas já estamos crescendo dois dígitos por ano, com 35 representantes de território. E vamos ampliar para 55”, completa, falando no Congresso ANDAV, onde promoveram um novo óleo mineral e adjuvante para máxima cobertura de folhas.

Ainda no front interno, uma palavra soa como mantra insistente, perene, para quem almeja fincar os pés no negócio de vez: gestão, gestão, gestão. Uma doutrina entendida há mais de vinte anos por Carlos Barbosa, um contador de revenda que apostou na

área e, hoje, comanda o Grupo Siagri, fundada por ele mesmo. Empresa com sede em Goiânia (GO), que trabalha com softwares dirigidos ao agronegócio, atende a mais de 2.500 estabelecimentos, tem 40 mil usuários e gerencia mais de um milhão de hectares. “Meu trabalho tem a ver com revenda. Foi ali que tudo começou. O sonho de transformar a oportunidade, um problema de não ter uma solução especializada. E hoje, ficamos felizes de poder contribuir em uma área vital, a gestão do negócio. Entregar uma solução integrada. Desde o processo mais operacional, como emitir uma nota fiscal, um pedido feito pelo vendedor no balcão, passando por cupom fiscal, cartão de crédito e contabilidade, até a parte fiscal inteira do distribuidor”, detalha Carlos. Ele frisa que o mais importante é o poder de gestão, a decisão para quem está à frente do negócio. Uma experiência de gestão diferente, informação na mão sem esforço. “Vivemos um momento importante, de muitas transformações. Temos uma nova versão de aplicativo, por exemplo, para o dono acompanhar os indicadores e as análises mais importantes. Ele recebe os números que mais interessam ao negócio dele. São gestores que precisam administrar muito bem seu tempo de trabalho e receber dados sem muito esforço. Facilitamos, assim, a gestão em várias áreas de decisão: compra, venda, fluxo de caixa, gestão de margem, de lucro. Tudo para possibilitar uma decisão melhor e mais rápida. Gosto muito de ajudar o cliente a melhorar o seu desempenho porque ele já sofre com os problemas e os desafios do varejo agropecuário. É um motivo de realização poder contribuir com tantos clientes”, reconhece.

Agora, como se preparar para novas situações, que estão do lado de fora da

revenda? Não faltam 'pepinos'. Crédito, políticas e normativas governamentais, riscos, economia internacional. Sem falar na tarefa de casa da sucessão. “A maior parte das empresas está mais preocupada com o ambiente de negócios e com a questão da inovação, deixando em último plano a sucessão, o que pode representar um risco para seu futuro. É comum algumas empresas insistirem em lideranças familiares que não se mostram adequadas, quando poderiam optar por um modelo de gestão profissionalizada. Diante da grande renovação que está ocorrendo no agro, ganha importância ainda maior preparar a sucessão com planejamento”, sugere Mariely Biff, consultora em gestão empresarial.

E empresa sadia, seja qual for, precisa de dinheiro. “Devemos procurar novos parceiros. Tanto para fornecimento como para fontes de crédito, que não sejam oficiais, governamentais”, receita Manoel Perez Neto, Vice-Presidente do Conselho de Administração do SICOOP COCRE e sócio-fundador da Zurich Consultores Associados. A encrência é o crescimento das recuperações judiciais que vem ocorrendo no agronegócio de forma geral. “Enquanto em todo o ano passado o setor registrou 68 operações de recuperação judicial, apenas nos cinco primeiros meses deste ano já foram realizadas 43. A distribuição precisa começar a analisar melhor outras fontes de financiamento, com ênfase em novas modalidades ligadas ao mercado de capitais, como os Certificados de Recebíveis do Agronegócio – CRAs”, recomendou.

O ideal é afastar riscos jurídicos, fiscais e trabalhistas. A empresa deve construir uma boa gestão de compliance e estabelecer padrões éticos de trabalho, realizar treinamentos e fazer uma



Wladimir Chaga, Presidente da Brandt

“Fábrica nova em Londrina para orgânicos, HF's e nutrição foliar”

comunicação adequada, monitorar as ações, punir e incentivar as condutas adequadas, além de exercitar a melhoria contínua. “Sempre digo que os valores de uma empresa não podem ser aqueles que estão apenas escritos na parede ou no material de divulgação. Eles passam por rituais cotidianos, construção de heróis e de modelos de comportamentos que resultam em símbolos. A pergunta que o gestor precisa fazer é qual o símbolo dos valores que a empresa está construindo”, indaga o advogado Karis Novickis, professor do programa de implementação de compliance do Insper.

E ficar de olho para detectar os anseios e as necessidades dos produtores rurais. “Os agricultores valorizam parceria, confiança, assistência técnica, cumprimento de prazos e pontualidade na entrega.

Grupo Siagri: com o distribuidor, pra fazer o campo acontecer.

Os desafios da revenda do futuro são grandes. Saiba as principais iniciativas do Grupo Siagri para ajudar você a superá-los:

Plataformas digitais para gestão do negócio de ponta a ponta

Criação de solução completa e integrada para gestão do distribuidor, com informações centralizadas e parceiros homologados, seguindo as melhores práticas de segurança da informação. O crescimento do investimento na evolução de produtos atuais e desenvolvimento de novas soluções no último ano foi de 40%, representando cerca de 20% do faturamento do Grupo Siagri no período.



Ative o recebimento automático do report!



Os clientes recebem por e-mail o report Visão Geral do Distribuidor, com análises comerciais, financeiras e de suprimentos do seu negócio.

Gestão na palma da mão

Investimentos em tecnologia e mobilidade, com a criação de aplicativos integrados ao ERP para apoiar a alta gestão nas alçadas de aprovação e monitoramento da equipe de campo. Evolução da plataforma de análise e inteligência de negócio (BI), envio automatizado de reports para os clientes com informações de performance dos processos mais importantes do negócio do distribuidor, para decisões rápidas a qualquer hora e lugar.

Controle e gestão de negócios diversos

Os distribuidores estão diversificando seus negócios e o Grupo Siagri expandiu seu portfólio para apoiá-los nestas movimentações, com ofertas de soluções para gestão financeira e agronômica de fazendas, armazéns gerais, unidades de beneficiamento de sementes, agroindústrias, entre outras operações.

siagri.com.br



Assinatura do protocolo de intenções com a UFG e SEAPA no lançamento do Conexa

Cocriação de soluções com clientes e mercado

Acompanhando a transformação digital no campo, o Grupo Siagri lançou o hub Conexa, o 1º de inovação agro do Centro-Oeste brasileiro, voltado ao desenvolvimento de soluções para gestão do agronegócio, já com 4 startups nas áreas de big data, gestão de fazendas, inteligência fiscal e receituário agrônomo.

Consultoria sênior especializada para evolução do nível de gestão

Para apoiar os clientes em seus desafios gerenciais, o Grupo Siagri criou um serviço altamente especializado, composto por diagnóstico de gestão e monitoria realizada por consultores com ampla experiência em operações de distribuição de insumos com foco na eficiência operacional. Os resultados são maior capacidade de planejamento, controle, segurança, redução de desperdícios e aumento de uso das ferramentas de tecnologia já adotadas pela empresa.

GRUPO **SIAGRI.**

Compliance, segurança e conformidade fiscal

Considerando a complexidade das legislações brasileiras, o Grupo Siagri ampliou investimentos, criando um núcleo especializado e dedicado ao monitoramento das movimentações das legislações federais e estaduais, para adequação das soluções e apoio na conformidade fiscal dos clientes.

Capacitação e produtividade

Buscando minimizar os impactos da rotatividade e contribuir com a preservação do conhecimento nos negócios de distribuição, o Grupo Siagri oferece condições para que o próprio cliente crie sua Universidade Corporativa EaD, com uma base de conteúdos sobre soluções Siagri, mercado agro e cursos complementares.

Crescimento de 100%* de novos clientes no 1º semestre de 2019. Novos investimentos em presença física e mais proximidade com o cliente

Entre as iniciativas do Grupo Siagri que se destacam no ano, estão o lançamento da **unidade Paraná**, na cidade de Cascavel, voltado para o fortalecimento do relacionamento com clientes e expansão de negócios na região sul, e a consolidação da **unidade Mato Grosso**, em Cuiabá, contribuindo para o crescimento da representatividade da companhia no estado do Mato Grosso.

A presença física da empresa em diferentes regiões, soma-se a iniciativas voltadas para fortalecer e aumentar a proximidade com clientes, como a estruturação de uma área de Sucesso do Cliente, ainda em desenvolvimento, com profissionais, processos e ferramentas dedicados ao monitoramento da satisfação e experiência do cliente com o Grupo Siagri. Em breve, também serão lançados o novo **Portal do Cliente** e uma **Central de Ajuda** automatizada, facilitando o acesso a informações, serviços e garantindo maior autonomia aos usuários das soluções. No 1º semestre de 2019, o Grupo realizou o **Circuito Agro Gestão**, percorrendo 8 mil quilômetros entre as principais feiras de agronegócio do Brasil, com o objetivo de ampliar o conhecimento do mercado e fortalecer o relacionamento com clientes.

A prática de apoiar os clientes em seus desafios, tanto em ganho de competitividade como na evolução do nível de gestão para operações de consolidações de negócios, contribuíram para o sucesso em diversos novos projetos de implementação de softwares de gestão. Entre os clientes recentes que escolheram gerenciar suas operações com Siagri, destacam-se a **Agro Ferrari**, investida da Agro100 que possui 25 anos de mercado e unidades de distribuição de insumos no estado de São Paulo e a **Atua Agro**, rede de lojas próprias da multinacional Syngenta no Brasil, com sede em Ijuí-RS.

“Os primeiros 21 anos” do Grupo Siagri, que nasceu nas agrovendas do cerrado brasileiro, reforçam a solidez e credibilidade de um trabalho que está só começando. Para o futuro, permanecem a certeza de continuar **investindo, evoluindo produtos e construindo junto** aos agentes do setor, soluções que apoiem o desenvolvimento mundial do agronegócio brasileiro.

*Número de novos clientes em relação ao mesmo período de 2018.

siagri.com.br

GRUPO **SIAGRI.**



André Savino, da Syngenta

Hoje, o segmento de distribuição está marcado pela expansão das cooperativas, pools de compra, crescimento das vendas diretas e concentração em dez grandes grupos. O setor agropecuário vive atualmente uma nova dinâmica, em que a aplicação de novas tecnologias, como drones, veículos altamente motorizados e conectividade, são apenas a ponta do iceberg da renovação. A tomada de decisão atualmente, também no campo, leva em consideração valores intangíveis e não apenas o produto, como no passado”, conclui Carlos Eduardo Dalto, professor da Fundação Getúlio Vargas.

Mas, para isso, o distribuidor precisa elevar seu olhar para pontos aparentemente distantes. Assim, vai garantir uma cadeira no futuro. “É o caso de uma fusão ou aquisição. Além das questões ligadas a passivos fiscais, trabalhistas ou tributários, hoje em dia, também afetam as negociações o fato de os grandes grupos internacionais, que podem ser potenciais interessados, adotarem práticas contábeis globais, que são muito diferentes das do passado”, analisa Mayra Theis, especialista em agrobusiness da PwC. “O setor vai passar por uma

revolução e a nossa empresa aposta muito na distribuição. Ela faz parte do crescimento da Syngenta. Só assim seremos relevantes para o produtor, com modelos complementares de venda, todas as interações”, emenda o Agrônomo André Savino, Diretor de Marketing da Syngenta, potência que mantém 500 profissionais de vendas em todo o território brasileiro.

Tomara que os revendedores e distribuidores possam contar com o apoio das autoridades oficiais, assim como nos países mais ricos do planeta. “O Brasil vem se destacando no apoio e na proteção aos produtores rurais. Temos uma agricultura dinâmica, de pouca subvenção. Peço que sigamos todos ao lado da ministra Tereza Cristina (MAPA), que tem experiência comprovada como agrônoma de formação, integrante da Frente Parlamentar do Agronegócio, deputada federal, secretária estadual do segmento em Mato Grosso do Sul. É a segurança que precisamos para os desafios futuros”, apela Wilson Vaz de Araújo, diretor de Financiamento e Informação da Secretaria de Política Agrícola do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Que a promessa se torne realidade. Afinal de contas, fazer a lição de casa é tarefa bem conhecida do Agro Brasil. Mas é imperativo contar com muito mais. “Meu maior receio, hoje, é a questão internacional. A possibilidade da volta dos peronistas na Argentina, a guerra comercial entre a China e os Estados Unidos, e a economia mundial crescendo menos. Mas temos que fazer a nossa parte, que é diminuir os gastos, empreender, fazer as reformas e impulsionar os setores importantes da economia nacional, como o Agronegócio”, recomenda o economista Ricardo Amorim. Uma preocupação importante. Um conselho mais do

que prudente. E um futuro atraente e admirável como todo desafio. “Como podemos identificar as ameaças que hoje não estão muito claras? Muitas empresas podem quebrar não por tentar fazer coisas novas, mas por continuar fazendo a mesma coisa durante muito tempo, em um mundo em permanente mutação. A rotina devora o pensamento estratégico. Meu conselho é tentar sempre criar coisas novas e se aproximar do mundo das startups. É preciso fazer um encontro de gerações, com o tradicional se relacionando com o novo. Enxergar um benefício que você ainda não vê e que pode ser ponto de ruptura que irá revolucionar seu negócio”, emenda o escritor e empreendedor Sandro Magaldi. É a gestão do amanhã. Não é admirável?

“Nossa política global é atuar na distribuição. Queremos nossas equipes bem próximas das revendas e dos produtores, para prestarmos uma perfeita assistência técnica.”

Wladimir Chaga
Presidente da Brandt

“Nosso principal acesso é pela distribuição. Portfólio complementar. Somos parceiros do cliente, é o nosso principal meio de acesso ao mercado”.

Vitor Raposo
Gerente de Marketing da Rotam

“O mais importante é o poder de gestão, a decisão para quem está à frente do negócio. Uma experiência de gestão diferente, informação na mão sem esforço”.

Carlos Barbosa
CEO do Grupo Siagri

“Distribuidores mais protegidos”



Alexsandro Calhau e Ana Lúcia Camargo (A2G Corretora de Seguros)

O futuro também é proteção!

Este é um dos maiores desafios de todo segmento que cresce e prospera: a proteção do patrimônio e a segurança de que haverá a menor perda possível se algo imprevisível ocorrer. Com o ramo da distribuição não é diferente. Roubos/furtos e eventuais incêndios são problemas que atormentam o setor há décadas. Mas novas ferramentas vêm fortalecendo este ambiente: a tecnologia e a modernização de processos marcam um grande avanço no agro. “Roubos/furtos e incêndios sempre foram uma preocupação neste mercado. Infelizmente, não conseguimos eliminar os riscos, mas podemos mitigá-los. A chave é a prevenção e proteção. Dentro deste olhar, orientamos os distribuidores, pontuando as melhorias de protecionais e boas práticas visando

à prevenção de riscos evitando prejuízos. Pautados em modelos de ocorrências passadas, procuramos sempre replicar o tipo de sinistro frequente, alertando formas de prevenção. Verificamos que de uma forma geral houve um aumento expressivo das ocorrências. Os distribuidores agrícolas deverão estar cada vez mais protegidos buscando reduzir os sinistros: as boas práticas impactam no resultado”, contextualiza Alexsandro Calhau, Diretor Técnico da A2G Corretora de Seguros.

Ele comanda a empresa ao lado de Ana Lúcia Camargo, Diretora Comercial. Tudo começou há nove anos. “Desde o início abraçamos esta causa. Nascemos com o DNA do agro. Com a parceria ANDAV, temos sob nossa gestão os seguros dos distri-

buidores de insumos agrícolas em 17 estados. Nosso foco principal é o seguro empresarial, das lojas com depósito, dos centros de distribuição, galpões logísticos, unidades beneficiadoras de sementes, silos, etc. Com proteção, principalmente a furto/roubo e incêndio, alcançando também os demais riscos inerentes à atividade do agronegócio. Olhando para o público filiado à ANDAV, há um bom caminho pela frente”, reforça Alexsandro.

A ideia central da corretora é prestar uma consultoria especializada aos distribuidores, agregando conhecimento e contribuindo para melhorar os resultados. “A A2G vem contribuindo para a mitigação dos riscos e começa a quebrar o paradigma de um setor visto como instável pelo excesso de sinis-

tros. Buscar uma consultoria com experiência no setor é uma excelente decisão. É um aprendizado. O agronegócio passa a entender como funciona o seguro e a seguradora compreende cada vez mais as necessidades do segmento. Estamos aproximando um do outro e fazendo com que tenham uma relação de confiança. E cada vez mais oferecendo opções de proteções para o setor. E o resultado tem sido ótimo”, pontua Alessandro.

Tudo pode ser segurado. Estoques de insumos agrícolas, como fertilizantes sólidos e líquidos, defensivos, corretivos de solo, grãos e sementes. E não se trata apenas de proteção contra roubo. “Procuramos sempre trazer algo que faça sentido ao distribuidor, buscando antever as necessidades do setor. Surge uma nova demanda, o seguro de Responsabilidade Civil Ambiental. Em Minas Gerais, já existe uma lei que obriga qualquer empresa que transporta produtos químicos a ter um plano de assistência e emergência, e o seguro Ambiental contempla a assistência. Esta lei está se replicando para outros estados e não se trata apenas do mero cumprimento da lei, e sim evitar prejuízos incalculáveis, sem falar na consciência de proteção ao meio ambiente e a terceiros. A assistência 24 horas do seguro Ambiental agiliza a reparação dos danos, minimizando o comprometimento da imagem da empresa em eventual acidente”, enfatiza Ana Lucia.

Vale lembrar que o produtor rural também é beneficiado quando a revenda não sofre sinistros. Proteger o distribuidor garante a entrega do produto ao agricultor no momento exato da necessidade. Disponibilizar os produtos na fazenda permitirá a realização do processo produtivo dentro dos

prazos, o que contribuirá para o bom desempenho da agricultura. Contribuiu-se para que a cadeia funcione conforme o previsto. Os resultados serão bons tanto para o agricultor como para o distribuidor de insumos.

Outros tipos de seguros estão sendo demandados pelo setor, como o seguro de transporte, protegendo os insumos na logística de entrega na fazenda, e nas transferências entre filiais, o seguro de frota de veículos, o seguro de vida em grupo e saúde dos colaboradores, dentre outros.

Já no momento de abrir uma unidade, é preciso ter uma série de informações relevantes antes de construir, comprar ou alugar. São questões ligadas desde a escolha do local, distância do corpo de bombeiros, histórico do terreno, ciência sobre que tipo de atividade existia anteriormente no local, distância de mananciais, o tipo de material a ser utilizado na construção, a necessidade de se evitar revestimentos ou telhas de produtos inflamáveis, instalação de câmeras em locais estratégicos, alarmes monitorados por empresas de segurança, lâmpadas protegidas contra queda de filamentos enfim, uma série de procedimentos evitando um futuro retrabalho para uma adequação às especificações de segurança exigidas pelas seguradoras. “Sempre alertamos que a ótica dos bombeiros é proteção à vidas e o olhar das seguradoras é a proteção patrimonial. Sendo assim, é muito pertinente entrar em contato com nossos consultores para darmos as diretrizes das exigências das seguradoras para a aceitação de um seguro”, acrescenta Ana Lucia.

Cada seguro tem uma característica diferente. Normalmente, as pessoas se preocupam muito com o seguro

de seu automóvel, mas para a contratação de seguros voltados ao agronegócio, tanto no armazenamento quanto no transporte, é determinante um maior conhecimento das características e dos riscos da atividade. “A análise prévia e técnica por parte do corretor é fundamental para evitar perdas de cobertura por contratações incorretas. Por isso, prezamos pela consultoria especializada e correta identificação dos riscos antes da contratação, evitando prejuízos na ocorrência de um sinistro que possam impactar na não indenização do seguro”, aponta Ana. Ela enfatiza que o propósito é caminhar ao lado da ANDAV, trabalhando na orientação e gestão de riscos, mostrando que as empresas podem crescer protegidas. Afinal, o agronegócio vem crescendo ano a ano, e com ele cresce o mercado da distribuição. Todas as informações são disponibilizadas para proteger a operação dos associados e, por força desta parceria, a corretora tem capilaridade nacional, orientando as melhores formas de proteção para a manutenção e segurança de acordo com o perfil de cada um. “É um esforço conjunto da ANDAV, da A2G, das Seguradoras e dos Distribuidores Associados, enfim, todos que compõem essa cadeia estão envolvidos em buscar soluções de proteção que, além de agregar valor, consigam manter protegido todo o processo da distribuição agrícola, dando segurança e permitindo a continuidade dos negócios sem interrupção por eventos imprevistos que quebrem a cadeia produtiva e causem prejuízos ao setor. Vemos um mercado em ebulição que necessita de proteção adequada e a A2G está pronta para oferecer soluções para os distribuidores, contribuindo para o crescimento do agronegócio brasileiro”, concluiu Alessandro Calhau.

Para a Agroquima, o futuro são as pessoas!



Rafael Barsch (Agroquima) - O futuro vem se trabalharmos com os clientes e formar pessoas.



Aldo Maia (Agroquima) - A empresa está crescendo ao lado dos clientes e fornecedores.

Apostar na capacidade dos colaboradores e acreditar nas pessoas com a mesma volúpia e convicção com que se deve investir em gestão e novas tecnologias. Esta é a principal fórmula escolhida pela Agroquima Produtos Agropecuários Ltda para por os pés definitivamente no futuro. A distribuidora tem uma história de pioneirismo no segmento e comemora cinquenta anos de atuação. Fundada em outubro de 1969, em Goiânia (GO), começou a levar ao Estado produtos e técnicas avançadas para aumentar a produtividade agropecuária. Mais de dez anos depois, contribuiu para a introdução do plantio direto no Cerrado, em soja e milho. Lançou a venda de herbicidas para pastagens, com a maior área tratada do Brasil e da América Latina e hoje conta com representantes comerciais em todas as áreas de atuação, a maioria formada por Engenheiros Agrônomos, Médicos Veterinários e Zootecnistas, além de técnicos agrícolas trabalhando diretamente no campo.

E firmou um nome incomparável na preparação de novos profissionais, com um conceituado Programa de Estágio para estudantes, criado há mais de quatro décadas. “A coisa mais importante da Agroquima é formar pessoas. Que

saiam do nosso programa de estagiários, que sejam gerentes, gente que está há muito tempo conosco. Se pensarmos no futuro, o Brasil é a maior potência do agronegócio e estamos inseridos neste mercado. Temos que cultivar bom relacionamento com nossos fornecedores, com os concorrentes e formar pessoas. Se fizermos o dever de casa, o futuro vem”, analisa o executivo Rafael Barsch.

A empresa possui atualmente 26 lojas em seis estados: Goiás, Mato Grosso, Minas Gerais, Tocantins, Pará e Maranhão. E comercializa produtos das maiores indústrias de herbicidas, medicamentos e equipamentos do Brasil, além de vender sua linha própria de sementes para pastagens. O trabalho intenso em extensão, participação em leilões e feiras agropecuárias já rendeu prêmios nacionais e internacionais à Agroquima nas áreas de defesa vegetal, preservação ambiental, sustentabilidade e comercialização. “A empresa está crescendo e precisamos participar de eventos como o Congresso Andav para prestigiar os fornecedores, buscar conhecimento, conversar com a turma, entender o momento, saber o que está acontecendo com o mercado. É um espaço importante para o sistema de distribuição e os fornecedores”, afirma o Diretor Aldo Maia.

O futuro é nutrir as plantas



Luciano Daher, da Syngenta - "O importante no futuro é estar ao lado do agricultor".

Um dos setores mais revolucionários e em franco crescimento do Agro brasileiro e mundial é o da nutrição de plantas. E o congresso mostrou gente veterana no negócio estreando no evento. É a Ubyfol, uma das empresas pioneiras do segmento no país, com 34 anos de atividade, que levou para São Paulo todas as soluções em nutrição especial, foliar, comprovando toda a dinâmica atual do mercado. "Trouxemos as nossas novas tecnologias, produtos inéditos e eficientes, soluções para os produtores de soja, milho, algodão, café e hortifrutis produzirem mais em cada hectare, e de forma sustentável. A Ubyfol é precursora no segmento e quer contribuir ainda mais para o mercado brasileiro, e os agricultores e pecuaristas do país", explicou o executivo Carlos Landerdahl, o 'Carlão', Diretor de Marketing que chegou à empresa em fevereiro, depois de rodar o mundo e o mercado de químicos durante duas décadas.

Ele participa do evento há oito anos e enfatiza a importância do principal encontro da distribuição de insumos do Brasil.

"Vivemos um momento especial da Agricultura e dos principais cultivos. E toda a responsabilidade do agro na balança comercial do país fica muito nítida aqui. Um ambiente propício, a quantidade de empresas, de vários segmentos, todas as novas tecnologias. É o primeiro ano no congresso e a estratégia Ubyfol passa pela Andav, pela distribuição de insumos. É um marco para a nossa empresa", completou Carlos Landerdahl.

Quem também marcou presença foi Lécio Silva, fundador da empresa, que reforçou o compromisso da Ubyfol em investir ainda mais no negócio. "Temos tradição em acreditar sempre. É nossa bandeira desde o início. Estamos contratando mais profissionais de nível para ajudar o pessoal a galgar novos patamares. E o congresso serviu para marcarmos presença, contactar nossos representantes e difundir a tecnologia que temos para todos os cultivos", concluiu.

ALTA PERFORMANCE DO BALCÃO ATÉ O CAMPO.

ACREDITAMOS E FAZEMOS PARCERIAS DURADOURAS PARA A EVOLUÇÃO DO SEU NEGÓCIO.



INDUTOR DE RESISTÊNCIA
Potencializador fisiológico de plantas



INDUTOR DE RESISTÊNCIA
Ativador do sistema de defesa



ADJUVANTE
Melhor rendimento operacional



TRATAMENTO DE SEMENTES
Melhor enraizamento, arranque e uniformidade no stand



NUTRIÇÃO E ESTÍMULO FISIOLÓGICO
Melhor arquitetura de plantas

SEJA UMA
REVENDA DAS
SOLUÇÕES
KIMBERLIT.

www.kimberlit.com



Conheça tudo sobre nossas linhas de produtos. Sempre temos uma solução para o Agro e para sua Revenda.

kimberlit 30 ANOS
agrociências



IX Congresso ANDAV O futuro da Distribuição

Evento recebeu mais de cinco mil profissionais do segmento, entre presidentes, CEOs, diretores, gerentes e técnicos, representantes de entidades setoriais e lideranças governamentais

Está combinado. Ele é o maior e mais importante evento para negócios, relacionamento e atualização do mercado de distribuição de insumos agropecuários. Essa é a definição levantada durante a nona edição do Congresso ANDAV – Fórum & Exposição por mais de

cinco mil profissionais que estiveram no Transamérica Expo Center, em São Paulo, em agosto passado. O mesmo pensamento comungado pelas 93 empresas expositoras nacionais e internacionais que estavam na feira, e que ressaltaram o evento como cenário perfeito para o desenvolvimento e pla-

nejamento de ações estratégicas para a evolução do segmento no Brasil.

A cerimônia oficial de abertura do fórum, que discutiu o macrotema “O Distribuidor 4.0” e esteve com a plenária sempre lotada, contou com os pronunciamentos do presidente do

conselho diretor da ANDAV, Antônio Henrique Lima Botelho; do secretário da Agricultura de São Paulo, Gustavo Junqueira; do deputado federal, Arnaldo Jardim; e do secretário de Desenvolvimento Econômico de Mato Grosso, Cesar Alberto Miranda Lima. Na palestra magna, Wilson Vaz de

Araújo, diretor de Financiamento e Informação da Secretaria de Política Agrícola do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), disse que o ministério trabalha para a conclusão de uma série de medidas que devem resultar na Medida Provisória do Agronegócio.

Antonio Henrique Botelho de Lima, presidente do Conselho Diretor da Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários (ANDAV), entidade realizadora do Congresso, frisou que o encontro, mais uma vez, foi um sucesso, superando todas as expectativas. “Nós temos evoluído



Antonio Henrique Botelho de Lima, Presidente do Conselho Diretor da ANDAV

“Debate sobre inovação é vital”

“muito desde o primeiro Congresso. Com certeza, nos firmamos como um dos maiores eventos do agronegócio brasileiro. O debate sobre inovação foi um dos pontos fortes desta edição, porque estamos em um momento de transição do nosso mercado. Discutimos temas do dia a dia do nosso negócio, o que precisamos trabalhar nas nossas estratégias internas e, ainda, tivemos contato com os nossos parceiros e fornecedores durante três dias”, pontuou.

O secretário da Agricultura de São Paulo, Gustavo Junqueira, elevou o tom e concordou com um ponto da análise do presidente do Conselho da ANDAV, sobre a reação aos ataques ao agro. “Não



Ricardo Bertocco, Ricardo Bertocco, Marketing da Kimberlit

podemos ficar só reclamando. Chegou a hora de arregañar as mangas e mostrar o outro lado da moeda. Temos de mostrar ao Brasil e, principalmente, ao mundo, que usar defensivos agrícolas faz parte do negócio e que sem eles não se tem agricultura, sobretudo em ambiente tropical. E a nossa agricultura é toda baseada em ciência e tecnologia”, bradou Junqueira. O deputado federal Arnaldo Jardim, integrante da Frente Parlamentar da Agropecuária da Câmara Federal, destacou o papel importante da ANDAV de levar conhecimento, transferir tecnologia e inovação ao pequeno e médio produtor rural. Cesar Alberto Miranda Lima dos Santos Costa enfatizou que seu estado só chegou ao posto de um dos maiores produtores agrícolas e líder na produção de carnes e algodão graças ao apoio dos distribuidores de insumos agrícolas e veterinários.

Leandro Sitta, gerente de Acesso ao Mercado Brasil da Syngenta, concordou que o evento foi muito positivo. “Ele desperta na rede de distribuição a necessidade de evolução, pois o mercado está se modernizando, as tecnologias estão chegando ao agricultor e, nesse processo todo, a ANDAV está ajudando os distribuidores. Viemos com foco voltado para o futuro e os nossos clientes, também. A Syngenta tem participado desde o início, foi uma das patrocinadoras do Congresso, acredita no evento e estará aqui em 2020”, pontuou. “O evento é bom e o conteúdo e a organização têm funcionado muito bem.

Nossa empresa participou pela quinta vez consecutiva”, reforçou Ricardo Bertocco, da área de Marketing da Kimberlit Agrociência. A Kimberlit, tradicional fabricante de soluções em fisiologia e nutrição vegetal,



marcou presença em pleno ano de comemoração de três décadas de vida. “Para nós, é fundamental estarmos em um evento que é uma grande vitrine para o agronegócio brasileiro. Estamos alinhados com os interesses do merca-

do, que busca alternativas tecnológicas que potencializem os resultados no campo de maneira sustentável”, acrescentou Ricardo Bertocco. Entre as inovações levadas pela empresa para o congresso

até o sistema radicular. Outra novidade foi o Blend, um adjuvante multifuncional que é composto por polímeros de última geração que impactam na aplicação de caldas. Além de nutrir as lavouras, ele se diferencia por contribuir com o aumento do rendimento operacional, promovendo maior cobertura e menor deriva.

O economista Ricardo Amorim enfatizou que a guerra comercial dos Estados Unidos com a China e a perspectiva de novo embate dos EUA também com o México pode impulsionar alguns setores do agronegócio brasileiro. Segundo ele, após a crise econômica, este é o momento econômico mais oportuno para os investidores. “Com inflação baixa, a queda dos juros e a aprovação da Reforma da Previdência, o crédito ao consumidor vai voltar, estimulando o consumo e o retorno do crescimento. Existe uma janela de oportunidade que pode e deve ser aproveitada hoje, e não no pico, como muitos costumam pensar.

brilhou o Hulk, uma solução composta por substâncias capazes de induzir os genes de defesa aos estresses bióticos e abióticos, além de ser um indutor com ação de translocação nas plantas, ou seja, aplicado na folha consegue agir



Wilson Vaz de Araújo (MAPA)

“O Brasil vem se destacando no apoio e na proteção aos produtores rurais”

Mas para isso é preciso superar o gap tecnológico. Existe uma revolução tecnológica fora e quem não inovar ficará de fora dela”, frisou.

Tratando do impacto das principais inovações tecnológicas ocorridas nos últimos anos sobre vários negócios, o escritor e empreendedor Sandro Magaldi alertou para as ameaças que podem sofrer os negócios dos distribuidores de insumos agropecuários, caso ocorra no segmento alguma ruptura devido à inovação nos negócios e na tecnologia.

No segundo dia, uma novidade na programação: o ANDAV Talks, com um formato dinâmico e interativo, que abordou o tema ‘Modelo Inovador de Negócios: O Futuro da Distribuição’, e envolveu seis palestrantes. Carlos Eduardo Dalto, professor da FGV, comentou sobre a nova dinâmica do agronegócio, em que a aplicação de novas tecnologias, como drones, veículos altamente motorizados e conectividade, são apenas a ponta do iceberg da renovação. Tania Moura, vice-presidente executiva da Associação Brasileira de Profissionais de RH (ABPRH), alertou para a mudança do perfil do segmento, que está entrando na terceira geração, passando a ter gestores mais jovens, ou mesmo entrando em processos de fusões. Já Mariely Biff, consultora em gestão empresarial, abordou o desafio da sucessão nas empresas do agronegócio, caracterizadas em grande parte por empresas familiares.



Economista Ricardo Amorim fala para o auditório lotado.

“O perigo agora mora no exterior.”

O advogado Karis Novickis, professor do programa de implementação de compliance do Insper, focou as medidas administrativas que o distribuidor de insumos agrícolas e veterinários podem adotar para afastar riscos jurídicos, fiscais e trabalhistas. Mayra Theis, especialista em agrobusiness da PwC, abordou questões sobre consolidação, fusões e aquisições. E Manoel Perez Neto, da Zurich Consultores Associados, chamou a atenção para o crescimento das recuperações judiciais que vêm ocorrendo no agronegócio. Ao final, os debatedores apresentaram uma pesquisa organizada com os temas mais relevantes, levantada por meio da interação do público com o aplica-

tivo on-line Edupulses. Todo o material das palestras embasará um e-book que será distribuído aos participantes do Congresso. Fechando o dia, o escritor e palestrante Luciano Pires ressaltou a importância de se tornar um agente de informação para o seu cliente.

O 'Painel Distribuição 4.0: O Sopro de Inovação das Startups, Big Data & Data Analytics, IA e Outras Tecnologias aplicadas à Distribuição' movimentou o último dia do Congresso. Sílvia Mussrahá, diretora do Departamento de Pesquisa e Desenvolvimento da Embrapa Informática Agropecuária, falou sobre o agronegócio baseado em cultura digital. Ronaldo Oliveira, partner development

manager do Brasil e Latam da Amazon, analisou o ciclo atual de vida das empresas e suas dificuldades. E Fabrício Pezente, CEO da trAlve Finance, teve como foco o bom momento para os investimentos em tecnologias voltadas para o agro. Na sequência, Renato Leite, advogado especialista em proteção de dados, detalhou os efeitos da nova Lei Geral de Proteção de Dados, que entra em vigor em agosto de 2020 e trata das atividades dos distribuidores de insumos agropecuários.

O tema 'Competitividade: Os Desafios das Distribuidoras para se Manterem Competitivas e, Acima de Tudo, Relevantes' foi debatido por Matheus

Cônsoli, sócio da Markestrat, Gustavo Barbosa, diretor comercial da Luft Solutions, e Luciano Daher, diretor Comercial da Syngenta (veja reportagem).

Por fim, o professor e escritor Pedro Calabrez destacou a capacidade de transformação do ambiente por parte do ser humano e que não depende de tecnologia para avançar, mas de uma mudança de padrão de pensamento.

Na edição deste ano, pelo terceiro ano consecutivo, o Congresso ANDAV contou com três treinamentos do EDUCAN-DAV, programa da ANDAV destinado ao ensino e à troca de informações entre profissionais das distribuidoras de todo

o País (veja reportagem). “Nosso congresso visa ao mercado agropecuário e reunimos distribuidores e fornecedores de todo o País. É uma vitória do setor, uma fórmula de sucesso. O encontro só beneficia os produtores rurais. Afinal, estamos onde tem agricultura e os processos estão mudando em uma velocidade muito grande. São inúmeras tecnologias, várias ferramentas de informática, internet, e os associados precisam transmitir tudo para a produtividade do produtor rural brasileiro melhorar.

Estamos sempre abastecidos para as safras. Procurem pelos distribuidores em todo o território”, comemorou Henrique Mazotini, Presidente Executivo da ANDAV.



Henrique Mazotini - Presidente Executivo da ANDAV

“Procurem pelos distribuidores em todo o Brasil”

“É muito importante estarmos aqui porque nossos parceiros e toda a rede de distribuição também estavam aqui presente”.

Mario Lavacca
Gerente Geral de Marketing Sênior da BASF

“Percebemos o interesse de distribuidores em ampliar suas atividades comerciais com negócios complementares, seguindo a linha tecnológica para tratamento de sementes “on farm”.

Alejandro Gesswein
Gerente Geral da BIOGROW BRASIL

“Nossa participação este ano é estratégica, pois os distribuidores são nosso principal parceiro. Pudemos demonstrar algumas das nossas inovações para todo o mercado, com as marcas Brevant e Pioneer, para pastagens e proteção de cultivos”.

Anelcindo Souza Junior
Líder de Marca Brevant da CORTEVA AGRISCIENCE

“Somos parceiros no esforço por um setor mais sustentável e tecnológico, e este é um momento de grande visibilidade junto ao nosso mercado”.

Eder Guirau
Gerente Comercial da FERTILAQUA

“Já temos nossa tradição de inovação nesse campo e agora a empresa foi adquirida por uma empresa agrícola europeia (Origin), entrando para o grupo das cinco maiores empresas do mundo neste setor e expandindo as exportações para a Europa”.

Guilherme Marques
Comercial agrícola e Marketing da FORTGREEN

“Estreitamos os laços com os principais parceiros, fizemos um reforço da marca, passamos nossa mensagem e discutimos novas formas de trabalhar”.

Marcelo Rolim
Diretor Técnico e de Marketing do Grupo Santa Clara

“É sempre um momento muito especial participar do Congresso ANDAV e em 2020 estaremos aqui novamente”.

Brunna Pains
Gerente de Marketing do Grupo Siagri

“O Grupo Vittia vem crescendo acelerado nos últimos anos e um dos pilares é o projeto de acesso estruturado ao mercado, para que as tecnologias cheguem até o produtor por meio de parcerias sérias com distribuidores competentes”.

José Roberto Pereira de Castro
Diretor Comercial do Grupo Vittia

“É um dos maiores eventos do agronegócio brasileiro e considero muito importante, pois o segmento de distribuição é fundamental para o crescimento da agricultura brasileira”.

Luiz Cavalcanti
Gerente Geral da Kimitec Group

“A maioria dos nossos clientes estão aqui e temos a oportunidade de ter um bom contato com eles e também com novos e potenciais clientes. É um evento que traz tecnologia para o distribuidor e também nos mantém atualizados sobre o que está acontecendo no mercado agrícola”.

Miguel Padilha
Diretor da Ourofino Agrociência

“Esta é a primeira vez em que participamos e foi uma excelente oportunidade para demonstrar a nossa tecnologia junto aos nossos parceiros”.

Nilton Elteto
Gerente Geral da RIZOBACTER

“Este ano, além de destacarmos os diferenciais da nossa linha de fertilizantes, que melhoram a produtividade das safras, aproveitamos o evento para apresentar nossa nova identidade visual”.

Fabício Drumond
Vice-Presidente da SUPERBAC

“A Ubyfol esteve presente pela primeira vez como expositora. O mercado de tecnologia em nutrição vegetal tem apresentado franca expansão nos últimos anos, com fortes investimentos que estão promovendo o setor no país”.

José Marcos Nascimento
Diretor Comercial da Ubyfol



Distribuição fatura R\$ 46,8 bilhões em 2018

Pesquisa Nacional da Distribuição reforça peso do setor e aponta para um futuro de novas lojas e mais empregos



Fernando Abraão - Diretor do Conselho Diretor da ANDAV

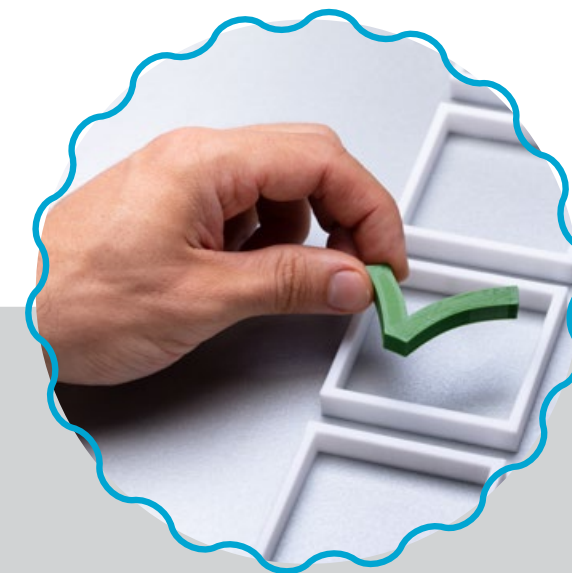
Precisamos de números para identificar nossos pontos positivos, de melhorias, demandas, criar um norte para planos de estratégia e fortalecimento do setor. Com a ajuda de todos. E, antes de tudo, para nos defender dos ataques que recebemos sem parar. Defender nossas causas. Para isso, temos que mostrar dados. Agronegócio é vida e a população mundial só cresce. Em 2100, seremos mais de onze bilhões de habitantes. Seja na Terra ou no espaço, os desafios são água, oxigênio e alimento. Independentemente de onde o ser humano esteja. E quem sabe que o Agro do Brasil representa mais de 20% da riqueza brasileira? Que tem salvado a economia do País nos últimos trinta anos? Que vai ser responsável por 40% da produção excedente nas próximas duas décadas? Quem come precisa do agronegócio. Nin-

guém vive sem alimento. Essa história precisa ser contada. Com destaque para o papel do distribuidor. Seremos o maior produtor de proteína animal do planeta. E aumentamos a produção nos últimos trinta anos em 254%, ocupando apenas 30% do território e preservando mais de 60% da área brasileira. O Agro é responsável por 22% do PIB brasileiro, salvou a nossa economia nos últimos cinco anos, mas quantos de nós estão fazendo o dever de casa e disseminando essas informações? Temos que parar de aceitar que as pessoas que não entendem do assunto falem mal de nós. Outro ponto importante é que nós, da distribuição, tenhamos consciência do nosso papel. Como defensor das nossas bandeiras e como mola responsável pela oferta necessária ao aumento futuro da população. E comida é sinal de vida, mas também de paz.

O setor precisa crescer, movimentar o negócio, ter novos parceiros. Se o distribuidor for atrás de sócios, necessita estar preparado, ter um bom conselheiro. Do outro lado não tem nenhum bobo. Sozinho, ele não vai conseguir fazer, precisa estar preparado, procurar ajuda. Agora, 25% dos distribuidores pretendem seguir sozinhos no negócio. Para isso, vai ser preciso se profissionalizar. Ter gestão, boas práticas, porque vai enfrentar outros empresários do segmento, que jogam o jogo de forma profissional. E isso é bom. Se todos têm gestão e boas práticas, é bom para toda a cadeia, seja distribuidor, produtor ou indústria.

E se vai aumentar o negócio, ainda é urgente pensar em armazenagem. Não adianta aumentar a produção, o número de clientes, se não pensar em estratégia de comercialização, o que

exige estocagem. Importante, também, destacar outros pontos do poder da distribuição no Brasil. Como a estu- penda capilaridade pelo território, com presença nas principais regiões produtoras. Sem falar na expectativa de criar nada menos do que 4.375 novos postos de trabalho. E seguir, todos, com código de conduta (missão, visão e valores). Hoje, 64% dos distribuidores possuem. E ainda investem em colaboradores com formação e muito bem treinados, cada vez mais com a presença de mulheres, diversificando os quadros. Durante o ciclo 2012 – 2017, vivemos o que chamo de 'ciclo da pobreza', época em que carregamos estoque. Antes de 2016, o nível chegou a 45%. Não podemos carregar assim. O fornecedor que é parceiro tem que entender. Saiba dizer não, o negócio é seu, impacta o seu balanço, o seu resultado. E vai ser ainda mais suscetível a roubos. A ANDAV está trabalhando para a conscientização dos afiliados neste sentido. Vamos manter esse rumo e tentar jogar este nível mais para baixo. Claro que não dá para ser zero, mas trabalhar dentro da demanda de cada um. Atue com o que você realmente vai conseguir colocar no campo. Nossa associação está apoiando todos os projetos de lei de combate ao crime organizado de roubo de defensivos, no fortalecimento do setor, no acesso à informação, na representatividade e suporte aos distribuidores. Nossas ações também são de capacitação, sem falar no treinamento para todo tipo de recebível, seja Fintec, CRA etc. E a bandeira que não canso de falar: temos que ser conhecidos para sermos reconhecidos. Temos o dever de contar a nossa própria história. E é muito fácil. Nosso sistema produtivo agropecuário é o mais competente e sustentável do planeta. Basta falarmos e reforçarmos isso com toda a sociedade.



PESQUISA ANDAV I

- Dados coletados de fevereiro a abril de 2019
- 86% dos sócios responderam
- 21 estados brasileiros | 1.436 empresas
- Insumos para grãos e cereais: 54% | Hortícolas: 4% | Pecuária e café: 3%
- Atende a 48% das 7,5 milhões de propriedades rurais brasileiras

PESQUISA ANDAV II

- 21 estados brasileiros | 1.436 empresas
- Insumos para grãos e cereais: 54% | Hortícolas: 4% | Pecuária e café: 3%
- Atende a 48% das 7,5 milhões de propriedades rurais brasileiras

DISTRIBUIÇÃO NO BRASIL

- R\$ 46,8 bilhões de faturamento (2018)
- Crescimento de 6,3% sobre 2017 (R\$ 44 bilhões)
- 42,5% do faturamento de R\$ 110 bilhões em vendas de insumos
- Associados ANDAV: 38,6% | Empresas não associadas: 3,90%
- Atende a 48% das 7,5 milhões de propriedades rurais brasileiras

CONTROLE DAS EMPRESAS

- 89% na mão do fundador
- 11% com alguma parceria
- Região Norte: 100% na mão do fundador
- Região Nordeste: 91%
- Região Sudeste: 90%
- Região Sul: 89%
- Região Centro-Oeste: 88%

ESTRUTURA

- ▶ Fundador: 82%
- ▶ Executivo: 17%
- ▶ Sucessor: 1%

POSSUI SUCESSÃO FAMILIAR?

- ▶ Região Sudeste: 46%
- ▶ Região Sul: 36%
- ▶ Região Centro-Oeste: 35%
- ▶ Região Nordeste: 33%
- ▶ Região Norte: 29%

POSSUI ARMAZENAMENTO DE GRÃOS?

- ▶ 21% sim | 2,8 vezes a capacidade estática da Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB)
- ▶ Região Sul: 32%
- ▶ Região Norte: 27%
- ▶ Região Centro-Oeste: 22%
- ▶ Região Sudeste: 9%
- ▶ Região Nordeste: 0%

INTERESSE EM FIRMAR PARCERIAS INVESTIDORES EXTERNOS

- ▶ Região Sul: 75%
- ▶ Região Sudeste: 73%
- ▶ Região Centro-Oeste: 72%
- ▶ Região Norte: 73%
- ▶ Região Nordeste: 57%

NÚMERO DE DISTRIBUIDORES

- ▶ Norte: 3%
- ▶ Nordeste: 7%
- ▶ Sudeste: 24%
- ▶ Sul: 31%
- ▶ Centro-Oeste: 35%

ESTRUTURA DAS EMPRESAS

- ▶ 58% possuem filial
- ▶ 30% possuem uma filial
- ▶ 44% possuem de duas a cinco filiais
- ▶ 15% possuem de seis a dez filiais
- ▶ 6% possuem de onze a quinze filiais
- ▶ 6% possuem mais de 15 filiais

PERSPECTIVA DE ABERTURA DE NOVAS FILIAIS

- ▶ Região Norte: 64%
- ▶ Região Sul: 35%
- ▶ Centro-Oeste: 34%
- ▶ Região Sudeste: 34%
- ▶ Região Nordeste: 9%

MAIORES DIFICULDADES

- ▶ Concorrência: 50%
- ▶ Crédito: 37%
- ▶ Margem e preço: 27%
- ▶ Gestão: 23%

CAUSA DAS DIFICULDADES

- ▶ Política de acesso
- ▶ Falta de disciplina comercial
- ▶ Gestão de boas práticas

EXPECTATIVA PARA O FUTURO DO MERCADO

- ▶ Alta: 4%
- ▶ Média: 34%
- ▶ Baixa: 32%

DISTRIBUIDORES/SÓCIOS QUE POSSUEM PROPRIEDADE RURAL

- ▶ Sim: 68%
- ▶ Não: 24%
- ▶ Não quiseram responder: 8%

TAMANHO DAS PROPRIEDADES

- ▶ Menor: dois hectares
- ▶ Maior: 70 mil hectares
- ▶ Média: 3.614 hectares
- ▶ Total: 600 mil hectares

TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTO AO CAMPO

- ▶ 76% fazem palestras | 3.047 palestras
146 mil participantes
- ▶ 91% promovem dias de campo | 3.153 eventos
262.000 participantes
- ▶ 76% organizam seminários | 420
30 mil pessoas capacitadas

TEMPO DE FUNDAÇÃO DAS EMPRESAS

- ▶ 43%: de zero a 9 anos
- ▶ 35%: de 10 a 19 anos
- ▶ 14%: 20 a 29
- ▶ 5%: de 30 a 39 anos
- ▶ 2%: 40 a 49 anos
- ▶ 1%: acima de 50 anos
- ▶ Idade média: 14 anos

ESCOLARIDADE DOS COLABORADORES

- ▶ 47% têm graduação
- ▶ 14% fizeram ensino fundamental
- ▶ 33%: técnicos
- ▶ 7%: pós-graduação

PARTICIPAÇÃO DAS MULHERES

- ▶ Região Nordeste: 32%
- ▶ Centro-Oeste: 31%
- ▶ Região Norte: 29%
- ▶ Região Sudeste: 25%
- ▶ Região Sul: 24%

RELAÇÃO DE TRABALHO

- ▶ 87%: CLT
- ▶ 7%: Pessoa Jurídica
- ▶ 4%: Terceirizado
- ▶ 2%: Estagiário

DISTRIBUIDORES PRAZO SAFRA

- ▶ 34% das distribuidoras concentram mais de 71% das vendas com prazo safra
- ▶ 32% - de 51% a 70%
- ▶ 14% - de 31% a 50%
- ▶ 20% - até 30%

PRAZO SAFRA 71% DAS VENDAS POR REGIÃO

- ▶ Região Sul: 19%
- ▶ Região Centro-Oeste: 47% fazem mais de 71% das vendas
- ▶ Região Sudeste: 31%
- ▶ Região Norte: 63%
- ▶ Região Nordeste: 35%

CAMPO BRASIL

- ▶ 7,5 milhões de propriedades rurais
- ▶ Distribuição acessa 48% dessas propriedades
- ▶ 80% destas propriedades tem até 50 hectares

PARTICIPAÇÃO NO MERCADO (INSUMOS)

- 2017: R\$ 104 bilhões
- 2018: R\$ 110 bilhões
- ▶ Distribuidor ANDAV: R\$ 42,5 bilhões
- ▶ Distribuidor não ANDAV: R\$ 4,3 bilhões
- ▶ Grãos e cereais: 27%
- ▶ Estoque de passagem: fungicida, herbicida e inseticida
- ▶ 8,2% foram roubados. R\$ 13,2 milhões
- ▶ Brasil recicla 94% das embalagens
- Líder disparado no mundo

ANDAV NO BRASIL

- ▶ ANDAV
- ▶ ANDAV-MS
- ▶ ADIAESP
- ▶ ANDAV-SP
- ▶ ANDAV-MG
- ▶ ADICER
- ▶ ANDAV-RS
- ▶ ANDAV-MT
- ▶ ADICOSUL
- ▶ ANDAF-DF
- ▶ ANDAG-GO
- ▶ CEARPA
- ▶ ANDAV-PR
- ▶ ANDAV-TO



Mulheres do Agro valorizam pessoas e líderes

Elas não têm dúvidas sobre o perfil das empresas vencedoras no Agro do Brasil. São corporações que apostam nas pessoas, formam equipes coesas, mantêm gestão de processos, apostam em um bom ambiente de trabalho e possuem líderes antenados com os clientes, o time e as mudanças na sociedade. A receita certa marcou a primeira manhã de atividades do Congresso ANDAV, com o 2º Encontro das Mulheres na Distribuição. A palestra de abertura coube à

economista-chefe da XP Investimentos, Zeina Latif, que fez uma análise da conjuntura econômica, recomendando aos distribuidores bom senso na gestão dos negócios e um olhar atento à guerra comercial entre Estados Unidos e China (ver box). Na sequência, um verdadeiro mergulho nos mistérios e na riqueza das relações humanas dentro do universo corporativo.

No painel 'Novas Tendências em Gestão de Pessoas', André Souza, CEO

da Futuro S/A, mostrou que a transformação vivenciada na sociedade e no mundo também afeta a gestão de pessoas e a cultura organizacional das empresas. "E o engraçado é que as pessoas continuam negando as transformações e discutindo pouco o futuro", analisou André. Mas deixou claro que é importante ouvir os funcionários e reconhecer os méritos deles para a retenção de talentos. "Quarenta e seis por cento das empresas têm dificuldade para reter gente boa. E o bom colaborador só deseja ser

escutado, conviver em um bom ambiente, ter reconhecimento e líderes verdadeiros", explicou Daniela Hork Kruei, Gerente de RH da empresa gaúcha Agrofel Grãos e Insumos. Ela apontou os principais pilares erigidos na empresa para tocar os negócios com uma equipe afinada: diminuição na troca de cadeiras, valorização dos funcionários, participação nos lucros, pesquisa de clima o ano inteiro, atuação na comunidade próxima e acompanhamento direto e durante três meses dos trabalhadores que não estão correspondendo. "O objetivo é resgatá-los se realmente acreditamos em seu potencial. Queremos tratar o funcionário exatamente como gostamos de tratar os nossos clientes", reforçou Daniela. Este comportamento é seguido de perto pelo Grupo Tec Agro, com sede em Goiânia (GO), onde os times são incentivados a atuar com engajamento, parceria e autenticidade. "Gostamos de levar todos a viverem boas experiências. E o principal significado dessa atitude são os resultados. Para nós, ser autêntico é uma competência", explica Pollyana Oliveira Brasil, executiva de Treinamento e Desenvolvimento de Pessoas. "Os líderes da nova era têm em comum vários arquétipos femininos. Fluidez, flexibilidade, criatividade, intuição, inclusão, conexão e compartilhamento", cravou Ligia Zotini, da Voicers, que aposta em um futuro feminino no panorama da liderança nas próximas décadas. E de onde virá a inspiração? "O mais significativo é que esses líderes são verdadeiros educadores, preocupados com os rastros que deixam. Eles têm essência, cultivam valores humanos, possuem energia, generosidade, concentração, sabedoria, potência e só mantêm relações saudáveis", completou a especialista em transformação digital, Natasha Bontempi.

“O mundo econômico está esquisito”



Zeina Latif Economista chefe da XP Investimentos

A economia global vai continuar crescendo, mas o investidor mundial está muito mais seletivo. As grandes potências econômicas estão e vão permanecer com taxas de juros baixas ou negativas. Há liquidez, mas os investidores preferem deixar o dinheiro parado. O mundo está esquisito. O Brasil precisa entender que o desafio externo é desafiador, mas não é o fim do mundo. Porém, devemos ter o pé no chão. Os países emergentes não crescem mais a taxas muito superiores às grandes economias. Principalmente agora, com a China desacelerando. O câmbio fica cada vez mais relevante neste cenário. Penso que a movimentação do dólar no Brasil caminha em dois paralelos: 70% da variação dependem da movimentação da moeda americana no mundo; os outros 30% têm relação com a realidade interna, do Real. Agora, se o mundo vai crescer menos, os EUA diminuem o ritmo e a moeda americana vai ser valorizada, com cortes nos juros.

No Brasil, 2019 até agora não foi tão mal. A Reforma da Previdência foi aprovada em primeira instância, mas estados e municípios não entraram. O que é péssimo. Os estados estão quebrados e os gastos com aposentadorias de professores e policiais, os privilegiados nesta discussão, vão explodir em pouco tempo. Mas há algo bem mais preocupante. Como resgatar a nossa indústria? São anos de prejuízos e involução. Um setor massacrado por tributos, um parque instalado defasado tecnologicamente, com muitas dívidas e mão de obra desqualificada. É uma situação terrível. Quando a indústria vai mal, contamina todos os setores. É grave e precisamos entender que a vida do Brasil não está fácil. A diretriz imposta pelo novo governo é boa, porém, o caminho vai ser complexo. E exige bom senso na gestão financeira.

Falando mais especificamente de Agronegócio, o setor exige capital intensivo, investimentos novos a cada momento. A guerra comercial travada entre Estados Unidos e China não é boa para o mundo, mas podemos sair recompensados depois da luta. Principalmente se a China direcionar sua bússola para o consumo. Se isso ocorrer, podemos nos beneficiar.



Oficinas de crédito, barter e marketing no EducANDAV

O encontro promoveu pelo terceiro ano consecutivo o EducANDAV, o programa de treinamento da ANDAV destinado ao ensino e à troca de informações entre profissionais das distribuidoras de todo o País. Abordando três temas, com duração de sete horas cada, o EducANDAV teve como focos vendas e marketing, financiamentos e operações de barter. As oficinas visam a oferecer uma oportunidade para que gerentes, coordenadores, vendedores e analistas das distribuidoras tenham acesso a ferramentas práticas que facilitem as rotinas nas empresas e, ao mesmo tempo, conheçam as últimas tendências em produtos e serviços voltados ao setor.

O tema “Experiência do Cliente Aplicada às Vendas no Agro” tratou de vendas e marketing, sob o comando do especialista em Marketing, Eduardo Crosara, que tem MBA em Gestão de Negócios pela Fundação Getúlio Vargas, além de uma vivência de 15 anos no agronegócio, atuando como consultor em inúmeros projetos de grandes empresas da área. O workshop abordou temas como cenários e tendências para o setor de vendas; definindo o cliente e avaliando a jornada do cliente; cocriando um plano de ação para os pontos críticos; determinação de metas e prazos; implementação e controle. Também provocou

reflexões como ‘A experiência que você entrega para seus clientes é marcada pela excelência?’ e ‘Quem precisamos ser para nosso cliente?’

No segundo dia do Congresso, Geraldo Mafra, contador e consultor de Relações Institucionais da ANDAV, falou sobre ‘Possibilidades e Instrumentos de Financiamento do Agronegócio’. Além de fazer uma breve introdução sobre o agronegócio no Brasil, o instrutor tratou das possibilidades de financiamento, com destaque para as fontes dos recursos e os financiadores do segmento, detalhando os seguintes instrumentos já existentes: Cédula de Produto Rural (CPR), Certificado de Depósito Agropecuário/Warrant Agropecuário (CDA/WA), Certificado de Direitos Creditórios do Agronegócio (CDCA), Certificado de Recebíveis do Agronegócio (CRA) e Nota Comercial do Agronegócio (NCA).

Os temas foram direcionados para profissionais de nível técnico, operacional e gerencial da área financeira das distribuidoras de insumos agropecuários. Também os representantes das áreas de produtos, crédito rural e riscos das instituições financeiras e das cooperativas de crédito prestigiaram a oficina. Assim como seguradoras, corretoras de mercadorias e de valores, além de profissionais relacionados com a pro-

dução, comercialização, beneficiamento ou industrialização de insumos ou de máquinas e implementos utilizados na atividade agrícola.

Por fim, no dia de encerramento do evento, foi realizado o curso ‘Operações Estruturadas de Barter’, com a advogada Ticiane Figueirêdo. Ela é especializada em agronegócio pela ESALQ, com amplo conhecimento sobre operações de barter, crédito e cobrança, além de contratos garantias. A oficina começou com a conceituação e uma referência sobre o contexto histórico do barter. Na sequência, Ticiane tratou das garantias e diferentes modalidades de títulos de crédito do agronegócio, destacando CPR e CPR Financeira, assim como os novos títulos (CDAWA, CDCA, LCA E CRA). O módulo abordou ainda Documentação Imobiliária Rural, envolvendo matrícula, Cadastro Ambiental Rural (CAR) e contratos de arrendamento, parceria e comodato; Operações Estruturadas de Barter, com detalhamento de modelos e operações, documentações de formalização e lastro; e documentos de quitação. Por fim, Ticiane explicou conceitos, finalidades, diferenças e “timing” de Execução e Arresto. O público-alvo desse módulo foram os profissionais de nível técnico, operacional e gerencial da área financeira das distribuidoras.

O Agronegócio 4.0 já chegou

O agronegócio brasileiro vem intensificando a aplicação de tecnologias no campo. Segundo a Embrapa Informática Agropecuária, no Brasil, em 10 anos, o uso do celular e do smartphone cresceu 1.790% no campo. “Estamos falando de fazendas conectadas e de um agronegócio baseado em cultura digital, o que abre diversas possibilidades para o setor, que já assimilou processos como robotização, blockchain, big data, analytics. O próximo passo vem no caminho da análise de dados, baseada em internet das coisas, que permitirá antecipar decisões em várias etapas do processo. Hoje, já se fala que os dados são o novo petróleo”, afirmou Sílvia Massruhá, diretora-chefe do departamento de Pesquisa e Desenvolvimento da Embrapa Informática Agropecuária, durante o painel Distribuição 4.0: O sopro de inovação das Startups, BIG Data & Data Analytics, IA e Outras Tecnologias aplicadas à Distribuição.

Fabrizio Pezente, CEO da Traive Finance, ressaltou que este é um bom momento para os investimentos em tecnologia voltada para o setor agrícola e que ainda não existe, inclusive nos Estados Unidos, um hub que tenha consolidado o campo de desenvolvimento tecnológico dentro desse segmento. “O setor ainda é um dos menos digitalizados”, ressaltou. Atualmente, segundo ele, 29% das soluções para o campo estão voltadas para a área de sistemas de gestão, 22% para análises de dados e 18% para o setor do marketplace. “Um dos grandes gargalos existentes no setor agrícola está na área do crédito e essa é a tendência de onde devem surgir novas soluções”, afirmou.

Com moderação de Alberto Yoshida, da Yoshida & Hirata Agronegócios e 1º vice-presidente do Conselho Diretor da ANDAV, o painel ainda teve a apresentação de Ronaldo Oliveira, partner development manager do Brasil e Latam da Amazon, que destacou que o ciclo atual de vida das empresas – de 15 anos – ocorre devido à dificuldade que elas têm em enxergar as mudanças comportamentais do mercado. Ele avaliou não ser necessário um grande investimento para criar tecnologia. “Inovar não é uma questão de investimento, mas de agregar valor ao produto e saber quanto o cliente está disposto a pagar pelo serviço”, disse. “Com o surgimento das Agritechs, aumentará significativamente a demanda por tecnologia no campo”, finalizou.



Congresso ANDAV 2020

A próxima edição do evento será realizada de 12 a 14 de agosto de 2020, com uma alteração de dias, agora de quarta-feira a sexta-feira. A ANDAV prevê um crescimento de 20% em termos de área total do Transamérica Expo Center, passando dos atuais 10 mil m² para 12 mil m². Vários expositores confirmaram presença na edição do ano que vem e alguns desejam dobrar o espaço de exposição. Sem falar na participação de novas empresas. Será a 10ª edição do evento, que coincidirá com o aniversário de 30 anos da ANDAV.



Transição na Presidência Executiva

Durante o Congresso, o presidente do Conselho Diretor da ANDAV, Antonio Henrique Botelho de Lima, anunciou que este segundo semestre vai marcar a implantação de um novo modelo de trabalho na entidade, que envolve a transição de nomes na presidência executiva. O Presidente Executivo Henrique Mazotini vai ocupar uma vaga no Conselho da ANDAV, sendo substituído por Paulo Tibúrcio, que atualmente exerce o cargo de Diretor Executivo da Associação.

“Ainda não sabemos o tempo preciso para a transição, deve ser até o fim do ano, mas vamos trabalhar para o Paulo assumir a posição sem sobressaltos. Não temos as datas corretas ainda, mas vamos informar com o passar dos meses. E o Henrique vai continuar com a gente, emprestando toda a sua experiência e o seu conhecimento dentro do Conselho”, reforçou Antonio Botelho de Lima.

Paulo Tibúrcio - Transição para assumir
Presidência Executiva da ANDAV.

Distribuidores terão nova Lei de Proteção de Dados em 2020



A partir de agosto do próximo ano, os distribuidores de insumos agropecuários, assim como todas as demais atividades empresariais brasileiras, terão de mudar sua cultura em relação aos cuidados em relação aos dados internos e, também, com os que compartilham com clientes, fornecedores e colaboradores. O alerta foi feito na palestra Impactos da Lei Geral de Proteção de Dados

no Setor da Distribuição de Insumos Agropecuários, proferida pelo advogado Renato Leite, especialista em proteção de dados, durante o Congresso ANDAV.

“Todos nós devemos nos preparar, pois os vazamentos ou desvios de dados que vierem a ocorrer deverão, a partir de agosto de 2020, ser tipificados como violação da nova Lei, sujeita a punições estabelecidas

pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados, cujos diretores e gestores serão nomeados até o final deste mês”, explicou o palestrante. A seu ver, o que deve ocorrer é a harmonização e a padronização das cerca de 50 leis que atualmente disciplinam essa questão. “O que acontece hoje é que todas essas leis não dialogam entre si, gerando uma grande insegurança jurídica na sociedade de forma geral”, explicou. **AR**

Syngenta ressalta a importância da distribuição

Fundamental para o setor, a distribuição merece ser reconhecida por toda contribuição ao agronegócio brasileiro

A Syngenta - líder em desenvolvimento de tecnologias para o mercado agrícola no mundo - reforça, no Dia Nacional do Distribuidor de Insumo Agrícola e Veterinário, a importância do canal de distribuição para a qualidade do alimento que chega aos lares brasileiros. A data, comemorada no dia 18 de outubro, é um reconhecimento nacional da importância e notoriedade do setor no agronegócio.

Fundamentais para o setor, os distribuidores de insumos agropecuários são os comerciantes responsáveis por distribuir defensivos agrícolas, sementes, adubos, produtos veterinários e outros insumos aos produtores rurais. Graças à capilaridade deste canal, as indústrias podem aumentar o alcance de suas linhas de produto e seu repasse ao produtor.

Nesta ocasião, a Syngenta reconhece a importância do serviço desempenhado pelos distribuidores - presentes nas principais regiões agrícolas do Brasil -, não só para as empresas do ramo, mas também para os produtores, devido à proximidade e facilidade de relacionamento, pois, além de prescreverem e venderem os insumos, também auxiliam na prestação de serviços nas propriedades rurais, levando ao produtor informações, orientações e serviços que visam aperfeiçoar a produtividade e afiançar a saúde e a sustentabilidade deles.

A parceria com esse canal de distribuição é fundamental para os serviços desempenhados pela Syngenta no Brasil, que tem como objetivo estar perto de seus clientes. Para tanto, a companhia

está presente nas principais regiões agrícolas brasileiras por meio de centros de pesquisa e estações experimentais, bem como pela realização de plantios experimentais desenvolvidos em parceria com produtores de culturas variadas, em diversos ecossistemas e locais do país.

Com mais de 2.900 funcionários no Brasil, a empresa está inserida numa cadeia produtiva complexa e diversificada que envolve fornecedores de perfis muito variados - desde a indústria química de ponta e atuação global até companhias agrícolas, produtores independentes e cooperativas de agricultores.

Em reconhecimento a todo o serviço prestado pelas revendas e cooperativas parceiras, a companhia procura oferecer todo o respaldo necessário a esses parceiros — como softwares, soluções digitais, entre outros —, para que desempenhem seus trabalhos da melhor maneira possível. Por meio do PEDsyn, sua política de distribuição, a Syngenta busca diferenciar seus canais de distribuição para que eles atendam melhor seus produtores. Desde 2003, a Syngenta investe em serviços e políticas de capacitação para seus distribuidores, buscando a melhor qualificação do time de vendas dos canais, tanto em relação às lideranças quanto à equipe técnica.

São diversos programas de relacionamento, treinamento, capacitação e recompensa para garantir a melhor e mais preparada rede de distribuição em todo o Brasil, além de um portfólio completo e de alta tecnologia. Para que

as metas da Syngenta de elevar a produtividade das lavouras e melhorar os métodos agrícolas sejam cumpridas - permitindo aos produtores alimentar a população global de forma segura e sustentável -, a companhia depende também da parceria de um canal de vendas competente e confiável.

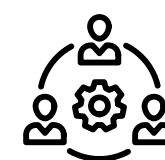
O trabalho da empresa está fundamentado na ciência, aproveitando a combinação única de experiência global em agronomia, biologia e química das plantas. Porém, mesmo com toda essa expertise, a Syngenta reconhece que não pode concretizar esses objetivos ambiciosos sozinha, sem parceiros que almejem também conquistar a confiança da sociedade por meio de transparência e conduta ética.

Sobre a Syngenta

A Syngenta é uma empresa líder no segmento agrícola, que tem como ambição ajudar a nutrir o mundo e cuidar do planeta. Visamos melhorar a sustentabilidade, qualidade e segurança da agricultura por meio de ciência de ponta e soluções inovadoras para os cultivos. Nossas tecnologias permitem que milhões de agricultores em todo o mundo façam melhor uso dos recursos agrícolas disponíveis. Temos 28 mil funcionários em mais de 90 países trabalhando para transformar a forma como os cultivos são plantados e manejados. Siga-nos no Facebook em facebook.com/SyngentaBrasil/, no Twitter® em [@SyngentaBrasil](https://twitter.com/SyngentaBrasil) e no Instagram em [@SyngentaBrasil](https://instagram.com/SyngentaBrasil).



Serviços Técnicos e Agronômicos



Excelência Operacional



Portfólio Completo



O sistema de distribuição é fundamental para que o agricultor possa ter conhecimento e fazer uso das melhores tecnologias disponíveis no mercado, em prol de uma alta produtividade de forma sustentável. A Syngenta não abre mão de acessar o agricultor via distribuição. Hoje a Syngenta tem uma posição competitiva no mercado com um sistema de distribuição bastante forte que, apesar de ser em número o menor do mercado, são distribuidores altamente eficazes, levando produtos e serviços ao dia a dia do agricultor”.

Leandro Sitta, Gerente de Acesso ao Mercado da Syngenta.



Jornada ADICER 2019

Associação comemora vinte anos, presta homenagens e debate o futuro da distribuição na Região do Cerrado Mineiro



Jornada Adicer 2019 comemora os 20 anos de atuação da Associação.

Um encontro para festejar 20 anos de atividades e debater o futuro do Agronegócio do Brasil. Foi assim que a Associação dos Distribuidores de Insumos Agrícolas do Cerrado (ADICER) organizou a primeira edição da "JORNADA ADICER", evento realizado no fim do primeiro semestre, no Gran Executive Hotel, em Uberlândia (MG). Dois dias de intensa interação entre profissionais que atuam em revendas, indústrias, consultorias e entidades representativas do segmento. O encontro apresentou temas ligados a Gestão, Governança, Sucessão, Cenários, Interação, Visão, Margens, Longevidade, Expertise, Associativismo, União, Participação e Diálogo. E teve como

objetivo trocar conhecimentos para enfrentar um cenário de intensa complexidade socioeconômica e administrativa, mostrar a evolução do setor e incentivar o networking entre toda a cadeia do agronegócio brasileiro. Um evento voltado a empresários e colaboradores das empresas associadas ADICER e convidadas da Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários (ANDAV) e da Associação dos Distribuidores de Insumos Agrícolas Centro-Oeste (ADICOSUL).

A primeira noite de atividades foi marcada pelo "Coquetel da Gestão", um ambiente de descontração com palestras debatendo os desafios do

Agro Brasil. Rodrigo Barbosa, da Siagri, empresa nacional de software para gestão do agronegócio, falou sobre a eficiência operacional no distribuidor e como o aumento do uso do ERP e a melhoria nos processos ajudam a atingir este objetivo. "A competitividade no segmento de distribuição é cada vez maior e, neste cenário, é importante que o distribuidor melhore seus processos operacionais e a gestão do negócio. Adotar melhores práticas de gestão resulta em maior segurança e rentabilidade para o distribuidor. Quando usado corretamente, um software de gestão especializado é um grande aliado neste desafio", explicou. Já Marcelo Porto, da Agrocontar, debateu as de-

cisões e os riscos tributários no negócio. "Precisamos aumentar o nosso conhecimento para tocar os negócios no Cerrado da melhor maneira possível. Temos bons distribuidores, bons consultores. Atuando juntos, dividindo dúvidas e encontrando soluções, obteremos muitos ganhos", analisou Marcelo. O primeiro dia foi encerrado com um show de música.

O segundo dia da Jornada mostrou palestras de temas ligados à gestão, governança e sucessão, para fortalecer a distribuição com diálogo e informação. "Em sua trajetória de 20 anos, a associação contou com ações e bandeiras que são o orgulho de seus associados, que escrevem uma história de sucesso", falou Heder Augusto, Presidente da ADICER.

O ex-ministro da Agricultura, Alysson Paolinelli, analisou a história agrícola, o cenário e as perspectivas do Cerrado brasileiro. Ele mostrou a importância do agronegócio para o desenvolvimento do Brasil e as novas propostas para a expansão da produtividade, principalmente devido à evolução da

Integração Lavoura – Pecuária - Floresta. Na sequência, o especialista Fabio Matuoka Mizumoto tratou da sucessão dentro das empresas, com foco no mercado de Distribuição.

O dia também foi marcado por uma série de homenagens em reconhecimento às pessoas e parcerias feitas ao longo destas duas décadas. Dentre os destaques, a Associação dos Distribuidores de Insumos Agropecuários (ANDAV), a Associação dos Distribuidores de Insumos Agrícolas Centro-Oeste e Sul de Minas Gerais (ADICOSUL), Henrique Mazotini (Presidente Executivo da ANDAV) e o palestrante Alysson Paolinelli. "A ADICER mostrou a sua força nestes anos todos, com o empenho de associados engajados e ações que firmaram o seu nome no cenário nacional", reconheceu Henrique Mazotini.

Os distribuidores do Cerrado também foram lembrados pelas diretorias das empresas Agrocontar e Siagri, além do representante estadual do Conselho Regional de Engenharia e Agronomia (CREA), Humberto Rodrigues

Falcão. O presidente da ADICER aproveitou para enaltecer o trabalho realizado pelas equipes operacionais, pelo empenho e a busca por melhores resultados.

A última palestra coube a Matheus Alberto Cõnsoli, especialista da Markestrat, que debateu o futuro da distribuição diante dos cenários brasileiro e mundial. Em seguida, foi realizado o "Painel nosso Negócio", em que os participantes puderam visualizar ações e oportunidades para seus negócios. "A Jornada ADICER é a comunhão de esforços dos seus associados, da diretoria e dos colaboradores, que atingiram todos os seus objetivos. Dentre eles, levar ideias e atitudes inovadoras para o segmento da distribuição. Um evento que uniu a comemoração das duas décadas da fundação e a atualização de perspectivas do cenário do agronegócio. E comprovou: ADICER é força, diálogo e participação", resumiu o Coordenador Executivo, Daniel Martins de Oliveira, que ainda destacou os números da entidade que resumem a trajetória dos 20 anos. AR



Shangai

Você é nosso convidado para 2019/2020.

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

Participe do Programa de Relacionamento da Rotam e aproveite a oportunidade única de conhecer todas as unidades da Rotam na China e vivenciar um país milenar que vai surpreender e encantar você.
Para saber mais procure um representante Rotam ou visite www.rotambrazil.com.

Rotam do Brasil Agroquímica



contato@rotambrazil.com.br | www.rotambrazil.com

Corteva agora é 100% agrícola e global!

Data histórica para a empresa, uma das maiores fornecedoras de revendas e produtores no Brasil

O jantar oferecido a um grupo restrito de mídias do Agronegócio brasileiro marcou, em São Paulo, o sucesso da separação da Corteva da holding DowDuPont, que agora é uma empresa 100% agrícola e líder global, oferecendo soluções completas para maximizar o rendimento e a lucratividade dos produtores. E a Revista AgroRevenda foi convidada especial da corporação, sendo recepcionada pelo Presidente da Corteva Brasil e Paraguai, Roberto Hun, e pelo Diretor de Marketing da empresa, Douglas Ribeiro. O jantar foi realizado no Restaurante Sal, do Chefe Henrique Fogaça, no Shopping Cidade Jardim, na capital paulista.

A Corteva concluiu a distribuição de suas ações ordinárias (ON) em 1º de junho, na qual cada acionista da DowDuPont recebeu uma ação ordinária da Corteva para cada três ações ordinárias da DowDuPont detidas até o fechamento dos negócios, em 24 de maio de 2019. Os acionistas da DowDuPont que possuem frações de ações da Corteva serão remunerados em dinheiro. As ações ordinárias da Corteva começaram a ser negociadas no dia 3 de junho de 2019, na Bolsa de Valores de Nova York.

“Lançamos um novo tipo de empresa agrícola, posicionada de forma única para competir e vencer, fornecendo aos agricultores a solução completa de que necessitam para crescer de maneira sustentável em longo prazo e com maior rentabilidade”, comentou Jim

Collins, CEO da Corteva Agriscience™. “Como líder global de um mercado de US\$ 100 bilhões, que une proteção de cultivos e sementes, a Corteva Agriscience tem o portfólio mais robusto da indústria, mecanismos para estimular a inovação em nível global e diferentes canais de acesso ao mercado, que nos proporcionam uma proximidade incomparável ao cliente. Tudo isso irá impulsionar nosso crescimento como uma empresa independente e gerar valor para os acionistas. Nossos mais de 21 mil funcionários estão comprometidos em cumprir nosso propósito de enriquecer a vida daqueles que produzem e daqueles que consomem, garantindo o progresso para as próximas gerações”, completou.

Presente em mais de 140 países, a Corteva Agriscience™ obteve US\$ 14 bilhões em faturamento em 2018. A



Equipe Corteva Agriscience comandada pelo CEO Jim Collins.

empresa possui mais de 150 centros de pesquisa e desenvolvimento, e mais de 65 ingredientes ativos. “Como uma empresa agrícola nova e independente, estamos fortemente focados em investir em inovação para aumentar a receita acima do mercado e melhorar o retorno sobre o capital investido”, explicou Greg Friedman, Vice-Presidente Executivo e CFO da Corteva Agriscience™. “Estamos dentro do cronograma estipulado de alcançar US\$ 1,2 bilhão em sinergia de custos até 2021, e mantemos nossa confiança no plano de expandir as margens. Além disso, estamos comprometidos em devolver capital significativo aos acionistas por meio de uma combinação de dividendos e recompras de ações”. O nome Corteva Agriscience™ (kohr-‘teh-vah) é derivado da palavra “Cor”, que representa coração, e “Teva”, que remete à “natureza”. A marca reconhece a história da empresa e seu compromisso de melhorar a produtividade dos agricultores, bem como a saúde e o bem-estar dos consumidores que eles servem. A companhia está sediada em Wilmington (Delaware, EUA), com Centros Globais de Negócios em Johnston (Iowa,

EUA) e Indianapolis (Indiana, EUA). Possui cinco escritórios regionais em Calgary (Canadá), Johannesburgo (África do Sul), Genebra (Suíça), Cingapura e Alphaville (Brasil).

“É um momento histórico. O Brasil é o segundo mercado da Corteva e vamos dar destaque para investimentos aqui. Estamos orgulhosos pelo trabalho realizado em três anos. Muitos produtos lançados e temos fé maior ainda no futuro. Vamos atuar para o produtor rural do mundo inteiro. Crescendo sempre acima do mercado, pelo menos de 2% a 3%, com defensivos, sementes, agricultura digital e novas moléculas”, assegurou Roberto Hun, que, no momento da cerimônia nos EUA, também festejava ao lado de 450 colaboradores, em Alphaville.

“O Brasil é o segundo mercado da Corteva e vamos dar destaque para investimentos aqui. Com defensivos, sementes, agricultura digital e novas moléculas.”

Roberto Hun
Presidente da Corteva Brasil e Paraguai



Cerimônia na Bolsa de Valores de Nova York.

“Lançamos um novo tipo de empresa agrícola, posicionada de forma única para competir e vencer.”

Jim Collins
CEO da Corteva Agriscience

“Estamos focados em investir em inovação para aumentar a receita acima do mercado e melhorar o retorno sobre o capital investido.”

Greg Friedman
Vice-Presidente Executivo e CFO da Corteva Agriscience

DIVISÃO AGRÍCOLA DOWDUPONT - CORTEVA | 2018 e 2019

- Faturamento de US\$ 14,3 bilhões | R\$ 2 bilhões no Brasil
- 10% do mercado | 4ª empresa em agrotóxicos no Brasil
- Valor inicial de mercado: US\$ 22 bilhões
- US\$ 90 milhões de investimentos no Brasil em produção e pesquisa
- Novo centro de tratamento de sementes em Formosa (GO)
- Melhoria nas unidades de Toledo (PR) e Franco da Rocha (SP)
- Investimentos globais de US\$ 1,2 bilhão em pesquisa e desenvolvimento

VENDAS CORTEVA MUNDIAL

- Estados Unidos: 50%
- América Latina e Europa: 20%
- Brasil: 12%
- Ásia: 10%

OLHO NO FUTURO

- Lançamento da startup Granular no Brasil | Granular insights
- Parceria de pesquisas com a Embrapa | Edição genômica

LINHA DO TEMPO

- 2015: primeiro anúncio da fusão dos negócios
- 2017: fusão da Dow Chemical Company e DuPont
- 2018: nasce a Corteva Agriscience - Divisão Agrícola DowDuPont
- 2019: nasce a Corteva independente | Capital aberto em Bolsa

A SUA ATIVIDADE PECUÁRIA ESTÁ CONSUMINDO O SEU

LUCRO?

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

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

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

servicos.scotconsultoria.com.br
17 3343 5111

Agricultores diversificam compras entre revendas e cooperativas

Estudo aponta queda na participação exclusiva de cooperativas do Paraná nas vendas de defensivos e sementes

Redação AgroRevenda



A Spark Inteligência Estratégica, empresa que desenvolve estudos para corporações do agronegócio, vai divulgar um levantamento com amplitude inédita sobre o sistema de distribuição de defensivos agrícolas e sementes do Centro-Sul do País. Porém, os dados preliminares da pesquisa já indicam que a região registra mudanças no modelo de acesso ao mercado desses produtos, sobretudo em virtude das consolidações ocorridas na indústria e nas revendas do setor. Uma etapa consolidada da pesquisa realizada no Paraná apontou que, na safra 2017-2018, a participação de agricultores que compram

exclusivamente de cooperativas ficou em 46% do total das vendas desses insumos. Produtores com esse perfil movimentaram US\$ 538 milhões, ante o mercado total estimado em cerca de US\$ 1,2 bilhão. A porcentagem representa uma 'virada' de opção já que na safra anterior, 2016 – 2017, 51% dos desembolsos com defensivos agrícolas haviam ficado concentrados exclusivamente nas cooperativas, um montante de US\$ 672 milhões, frente ao mercado total aproximado de US\$ 1,3 bilhão do Estado.

Segundo a consultoria, a pesquisa referente ao Centro-Sul do País reali-

zou mais de 3,2 mil entrevistas neste ano, com produtores de soja, milho safrinha e trigo, as culturas de maior relevância econômica naquela região. Somente no Paraná, informa a Spark, foram realizadas 2,2 mil entrevistas, devido à representatividade do estado na economia agrícola da região. O levantamento contemplou, ainda, o estado de São Paulo e o sudoeste de Mato Grosso do Sul.

O gerente de relações com clientes da Spark, Renato Oliveira, destaca que, em 2017, a proporção do mercado que dividia desembolsos entre revendas e cooperativas era de 18% do

total, equivalente a US\$ 232 milhões. Esse grupo, revela o executivo, saltou para 24% em 2018, movimentando US\$ 283 milhões.

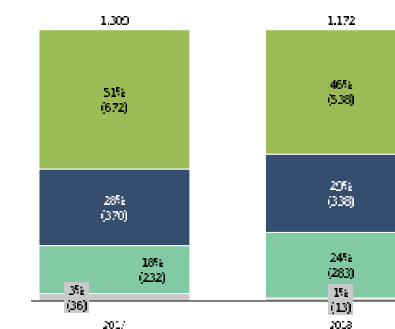
Segundo ele, a tendência apurada pela consultoria é a de que, daqui para a frente, haverá aumento do número de agricultores que diversifica suas compras entre revendas e cooperativas, em busca de melhores ofertas de produtos e serviços. "As cooperativas permanecem players importantes, por sua eficiência em capilaridade, relacionamento e força de recomendação ao produtor. Em contrapartida, as revendas são impulsionadas por um processo de concentração, fortalecido pelo suporte financeiro de grandes grupos e investidores", assinala Oliveira. "Mais do que nunca, as revendas buscam hoje, de maneira agressiva, ampliar sua cobertura nas diferentes regiões do País, ancoradas principalmente na captura de valor e na ampliação de serviços. Em linhas

gerais, a pesquisa permite afirmar que a concorrência entre revendas e cooperativas tende a ser mais acirrada daqui para frente. Os dois lados terão grandes desafios, como ajustar sua oferta de acordo com a demanda dos produtores, reduzir e alocar estoques", complementa. Oliveira adianta, também, que a pesquisa completa sobre o sistema de distribuição do Centro-Sul será divulgada em breve, com dados de todas as regiões agrícolas do País, como parte do levantamento Business Intelligence Panel (BIP), que a Spark realiza há mais de cinco anos.

Outras linhas de análise cobertas pelo estudo são os modelos de acesso do produtor ao mercado por região e o perfil fundiário de produtores, dentre outras. O levantamento BIP traz um diagnóstico completo dos mercados de defensivos agrícolas e sementes. Em pouco mais de cinco anos de atividades, a Spark realizou mais de 160 estudos especiais e 300 cotas de estudos painel atrelados ao agronegócio brasileiro. Nesse período, os profissionais da empresa já aplicaram mais de 130 mil entrevistas e percorreram em torno de 4,5 milhões de quilômetros no território nacional. **AR**

Dinâmica de acesso Paraná

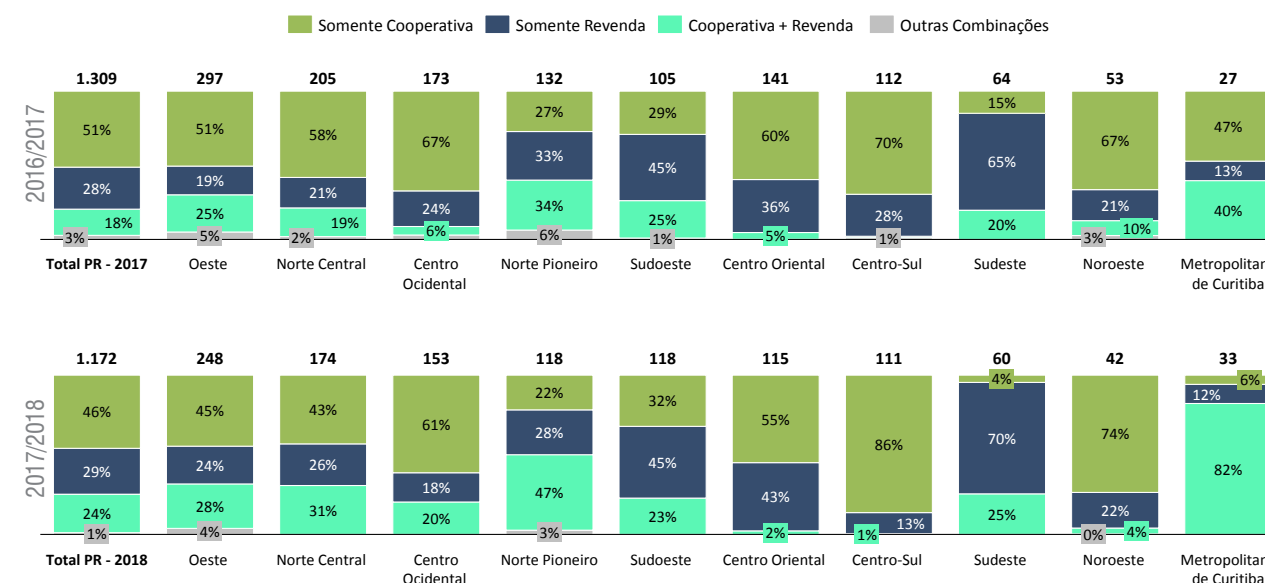
Soja, safrinha e trigo
Faturamento (USDmi)



Dinâmica de acesso - Paraná

Mercado de defensivos agrícolas

Soja, milho 2ª safra e trigo
Faturamento (desembolso produtor)



Decisão do STJ compromete o Agro

Um alerta a revendas e distribuidores que financiam: mais do que nunca, acompanhar penhores agrícolas é a principal segurança na concessão de crédito



No final do mês de maio, o Superior Tribunal de Justiça determinou a credores a liberação de garantias de empresas em recuperação. A medida, no atual cenário de altas taxas de inadimplência, deve comprometer o já difícil recebimento dos financiadores do Agronegócio. Anteriormente, apenas os credores que concordavam com a liberação das garantias em assembleia geral de uma empresa em recuperação judicial estavam sujeitos a essa cláusula. Os que votavam contra se tornavam imunes, podendo tomar decisões tais como ir atrás do crédito do terceiro que garantiu a dívida. Agora, após a decisão do STJ, todos os credores estarão sujeitos às condições de pagamento definidas no plano de recuperação, submetendo-se a seus prazos de carência, descontos e pagamentos.

Estando exposto a maiores riscos para garantir seus recebimentos, o mercado de crédito deve sentir o peso da decisão. Maiores taxas de juros e a busca por outros instrumentos de garantia - tais como o penhor e a alienação fiduciária - se tornarão cada vez mais comuns. A decisão deve afetar especialmente os bancos, principais detentores das garantias nos processos de recuperação judicial.

Tendo em vista a dificuldade que o financiador terá ao lidar com os credores inadimplentes, realizar uma análise prévia cuidadosa, com base em informações confiáveis e isentas, é essencial para evitar uma operação fadada ao fracasso desde o início. Porém, analisar antes da safra não garante que o financiador irá receber ao término dela.

Nesse cenário, após checar a procedência e a capacidade do produtor, o monitoramento do penhor agrícola pode ser um grande aliado para garantir o recebimento e oferecer mais confiança para o financiador. Acompanhar os penhores agrícolas é a principal segurança na concessão de crédito - agora, mais do que nunca.

O uso de tecnologias, como o monitoramento por satélites e a análise dos dados por inteligência artificial, faz com que o financiador possa tomar decisões mais precisas, baseadas em dados, garantindo, assim, a eficácia da entrega do seu penhor. Uma das grandes lutas atuais da tecnologia no agronegócio - e, por consequência, o nosso objetivo aqui na TerraMagna também - é empoderar o financiador do agro com dados que permitam que ele tome ações hábeis dentro do período de safra.



Suplementação mineral e medicamentos em alta

O segundo trimestre privilegiou os dois tipos de insumos nas revendas



Ana Paula Negri - Analista da Equipe de Insumos Pecuários do Cepea-Esalq | USP

O segundo trimestre de 2019 foi marcado pelo clima irregular, cenário que elevou o ritmo de vendas de medicamentos para controle parasitário e de produtos destinados para a suplementação mineral. Esse contexto, por sua vez, resultou em alta nos preços da maioria desses insumos pecuários. De acordo com o levantamento da equipe de Insumos Pecuários do Cepea (Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada), da Escola de Agronomia Luiz de Queiroz da Universidade de São Paulo (ESALQ - USP), os preços médios de abril a junho dos medicamentos para controle parasitário estiveram 4% mais altos frente aos do trimestre anterior (janeiro a março), em termos nominais. Na mesma comparação, as cotações médias dos insumos para suplementação mineral do rebanho apresentaram altas de 7%.

Vale lembrar que essas médias se referem aos quatorze estados brasileiros acompanhados pela equipe de Insumos Pecuários do Cepea (Paraná, Mato Grosso do Sul, Goiás, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, São Paulo, Mato Grosso, Minas Gerais, Maranhão, Tocantins, Rondônia, Pará, Acre

e Bahia). Em alguns estados, como Minas Gerais, São Paulo, Tocantins e Acre, a estiagem reduziu a qualidade dos pastos, gerando a necessidade de suplementação, aumentando ainda mais a demanda por esses insumos.

Quanto aos medicamentos, como vermífugos e carrapaticidas, as vendas foram impulsionadas no segundo trimestre deste ano, principalmente pela campanha de vacinação, momento em que os pecuaristas aproveitam para realizar também o controle parasitário do rebanho. O movimento de alta na demanda foi verificado principalmente nos estados do Sul, onde a temperatura esteve acima do esperado para a época. Em relação aos preços, mesmo com a grande demanda em todos os estados acompanhados pelo Cepea, os valores apresentaram estabilidade entre abril e junho.

Os antimastíticos, assim como no primeiro trimestre, também foram destaque nas vendas e apresentaram valorização de 8% de abril a junho em relação ao trimestre anterior.

EXPECTATIVAS - Alguns colaboradores relataram que os produtores estão

cautelosos e comprando apenas o insumo necessário para o curto prazo. Ainda que as valorizações da arroba e do litro de leite possam impulsionar possíveis investimentos de pecuaristas nas atividades, alavancando as vendas nas revendas, o próximo semestre não deve ser de grande aumento nos volumes de comercialização.



FAÇA PARTE DA NOSSA COMUNIDADE!
A Comunidade Cepea é aberta a quem negocia produtos e insumos agropecuários. Se você vende, compra ou faz a intermediação de negócios, pode ser tornar um "Colaborador do Cepea". Essa relação não envolve nenhum custo financeiro. Baseia-se exclusivamente na troca de informações. O Colaborador passa à equipe Cepea informações sobre negócios específicos e recebe, em troca, preços médios regionais e análises do mercado sobre o qual colabora. O contato da equipe Cepea ocorre em dias e horários acordados previamente com o Colaborador.

Entre em contato!

E-mail: insumospec@cepea.org.br ou cepea@usp.br

Telefone: (19) 3429 8848

Site: www.cepea.esalq.usp.br

Também estamos nas redes Sociais:

Facebook: [@cepea.esalq](https://www.facebook.com/cepea.esalq)

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

Twitter: [@CepeaEsalq](https://twitter.com/CepeaEsalq)

Laura Villarreal é nova gerente geral da MSD

Após 13 anos atuando na MSD Saúde Animal, Laura Villarreal assume o posto de gerente geral da MSD Saúde Animal Chile e Argentina. A executiva iniciou a carreira na empresa como assistente de assuntos regulatórios, passou por diversas áreas ao longo dos anos até assumir a posição de diretora da unidade de negócios de avicultura, que liderou até o começo de junho. "É uma honra ter um reconhecimento como esse, que me permitirá ter novos desafios e contribuir ainda mais para o desenvolvimento da

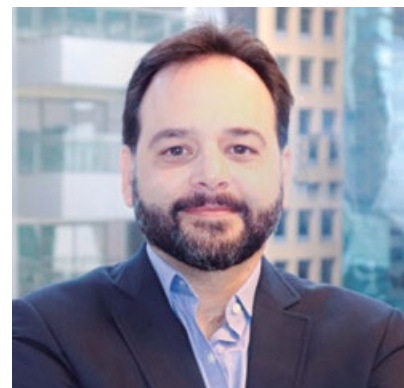
MSD Saúde Animal", afirma Laura, que é graduada em Medicina Veterinária pela Universidade de La Salle (Colômbia) e possui mestrado e doutorado pela Universidade de São Paulo (USP), com foco em Patologia Aviária. A MSD Saúde Animal anuncia outra importante mudança. O advogado Tiago Achcar deixa o Departamento Jurídico para se tornar Diretor de Operações Latam da empresa. Tiago faz parte da empresa desde 2013, quando assumiu a liderança da equipe jurídica para as atividades na América Latina. Formado em Direito



Laura Villarreal.

pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, o executivo participou de várias importantes aquisições do negócio ao longo dos últimos anos. **AR**

Tópico tem novo CEO



Arthur Lavieri - CEO da Tópico

Líder no mercado e responsável por 65% do market share do setor de infraestrutura flexível para cobertura e armazenagem, a Tópico tem um novo CEO. É Arthur Lavieri, engenheiro eletricista pós-graduado em Administração Industrial pela Universidade de São Paulo. A Tópico possui no Brasil mais de 2,5 milhões de metros quadrados instalados de estruturas modulares metálicas cobertas por membrana (lona) antichamas, com

durabilidade de até sete anos. Contabiliza mais de oitocentas empresas em carteira, sendo a maioria indústrias do agronegócio, empresas de logística, infraestrutura e indústrias em geral. Mantém fábrica própria e centro de distribuição em Embu das Artes (SP), além de seis filiais espalhadas pelo País. A empresa era familiar e fundiu-se ao Private Equity Fund, Southern Cross Group (fundo latino americano presente em seis países). **AR**

Agrivalle tem novo controle biológico

A empresa de biológicos, fertilizantes e bioestimulantes Agrivalle traz ao mercado uma nova formulação do inseticida microbiológico AUIN® CE, à base do fungo Beauveria bassiana. Na versão Concentrado Emulsionável (CE), o produto promete agregar facilidade operacional à performance já conhecida na categoria em pó (WP) do produto. "A nova formulação líquida permite mais eficiência de aplicação,

sem nenhum complicador operacional, além de garantir mais segurança e efetividade no combate", destaca o Diretor de Pesquisa da Agrivalle, Eduardo Bernardo. Auin CE está registrado para o controle de Diabrotica speciosa, popularmente conhecida como vaquinha verde-amarela, que leva danos aos cultivos de feijão, soja, batata e milho. Auin CE é composto pelo fungo Beauveria bassiana, amplamente utilizado

para o manejo de pragas no Brasil e no mundo. E, segundo Bernardo, a solução deve ter novos alvos incluídos ao registro em breve. "Sabemos da busca dos agricultores por serem cada vez mais eficazes na produção, otimizando custos e recursos para alcançar os melhores resultados. A Agrivalle quer ajudá-los a levar à mesa alimentos mais saudáveis e saborosos", reforça o Diretor de Marketing, Wagner Coladel. **AR**

Alberto Inoue é novo Head Chr Hansen



Alberto Inoue - Head da Unidade de Negócios de Saúde Animal do Brasil

Omédico-veterinário Alberto Inoue é o novo Head da Unidade de Negócios de Saúde Animal do Brasil da Chr Hansen, empresa global de biociência. Inoue traz na bagagem mais de 20 anos de experiência em saúde animal. Formado pela Unesp, na qual também concluiu mestrado em Patologia Animal (Salmoneloses), possui especialização e MBA em Marketing e pós-MBA em Inteligência Empresarial, ambas pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). Em sua carreira profissional, atuou em grandes multinacionais de saúde animal, como Fort Dodge, Ceva, Pfizer e Boehringer Ingelheim. Ele também é membro do Comitê de Saúde

Avícola do Estado de São Paulo (Coesa), do corpo técnico da FACTA e do Congresso de Ovos da APA. "O objetivo principal é fortalecer ainda mais a presença da Chr Hansen no mercado de soluções naturais para proteção e produtividade de aves, suínos e demais espécies, como ruminantes, peixes e animais de companhia. A Chr Hansen atua há 145 anos com soluções naturais, com o pilar estratégico de trabalhar por um mundo melhor. Isso se reflete nos seus diferentes segmentos de atuação, utilizando a biociência para a promoção de saúde e a redução de resíduos no meio ambiente", destaca Alberto Inoue. **AR**

Polinutri anuncia novo presidente

Com um faturamento anual de mais de R\$ 320 milhões e 30 anos de atuação no mercado de nutrição e saúde para animais de produção e pets, a Polinutri anuncia a chegada do novo presidente, o executivo Paulo Roberto de Oliveira Andrade, engenheiro químico de formação, com 32 anos de carreira no mercado. "A empresa sempre foi familiar, na qual seus proprietários realizavam toda a gestão por meio de um conselho composto por seus sócios, mas que, neste momento, passa por uma reestruturação. Os sócios delegaram a gestão operacional do dia a dia da empresa para um profissional de mercado e esse é um marco na história da governança Polinutri", informa Andrade. Ele é que

vai direcionar a aplicação das estratégias e a sustentabilidade da empresa enquanto os sócios passam a ter atuação estratégica e de apoio à presidência. Fundada em 1989, a empresa conta com três unidades industriais e dois centros de distribuição espalhados pelo Brasil. A sede administrativa fica em São Paulo (SP). Também conta com um laboratório próprio em Maringá (PR). Atende aos mercados de ração acabada, premix e núcleos para as áreas de bovinocultura de corte e leite, suinocultura, avicultura de corte e postura, carcinicultura, piscicultura, peixes ornamentais e pets. **AR**



Paulo Roberto de Oliveira Andrade, Presidente da Polinutri.

O Trusted Advisor do produtor

Como as revendas podem auxiliar no planejamento dos negócios dos clientes

Quando olharmos para diversos setores da economia, podemos perceber que vivemos um momento de empoderamento dos clientes que, a cada dia, têm o acesso às informações ampliado e facilitado. Além disso, os consumidores estão expostos a uma crescente oferta de produtos e serviços por parte dos fornecedores, que trazem alternativas de diferentes níveis de qualidade e preço. Esse cenário de maior acesso à conteúdo e mais opções para satisfazer as necessidades, por outro lado, tem tomado a tomada de decisão do consumidor mais complexa. Na agricultura e pecuária, a história não é diferente. As práti-

cas comuns começam a ser questionadas e o produtor rural passa a ter mais dificuldade para definir o que é melhor para ele e sua propriedade.

Tais mudanças são potencializadas pelo ambiente competitivo, que estimula o produtor a pensar diferente para conseguir rentabilidade. A dinâmica da competitividade na pecuária de corte e de leite exige cada vez mais produtores tecnicados e focados em maior rendimento produtivo – litros de leite/cabeça no caso da pecuária de leite e arrobas/hectare na pecuária de corte. Os rendimentos são obtidos pela atuação concomitante de estratégias de nutri-

ção, sanidade/manejo e genética. É na genética, entretanto, que o processo de melhoramento produtivo se inicia, a partir da escolha das melhores provas genéticas para a composição do rebanho, de acordo com o objetivo principal do pecuarista.

Notamos, assim, a necessidade de um planejamento de curto e longo prazo, pensando nos resultados desejados. Porém, ao iniciar esse processo, o produtor poderá se deparar com várias dúvidas e questionamentos, impulsionados pelo cenário traçado anteriormente. Na figura 1, destacamos alguns exemplos de perguntas que podem surgir.



Figura 1. Dúvidas e questionamentos do produtor no processo de tomada de decisão.

Desse ponto de vista, fica claro que os canais de distribuição de insumos pecuários, notadamente suas equipes técnicas e comerciais, têm um papel crucial. É preciso auxiliar o pecuarista no processo de decisão e planejamento para a obtenção de bons resultados reprodutivos, por meio do conhecimen-

to de seus objetivos e metas. Vale lembrar que o produtor tem enfrentado contínuas dificuldades no atingimento de boas margens e que o mercado tem exigido cada vez mais ofertas diferenciadas. Sejam produtos convencionais ou outros oriundos de nicho de mercado, como leite com

menor teor de gordura e carnes especiais (marmoreio, por exemplo). Assim, a equipe da revenda passa a ter um papel de 'recomendante' (trusted advisor) para o agricultor.

Nesse cenário, as revendas podem ser úteis no planejamento reprodutivo dos

pecuaristas. Para isso, são necessários alguns diferenciais por parte da organização e de sua equipe comercial/técnica, destacando-se:

- Ações de geração de demanda com pecuaristas e, principalmente, com técnicos veterinários influenciadores, considerando a necessidade de chamar a atenção dos tomadores de decisão para a existência da revenda;
- Conhecimento holístico da pecuária, ou seja, não apenas conhecimento de genética, mas da produção

como um todo. Tal conhecimento se mostra necessário para que as indicações de produtos de genética estejam adequadas ao sistema;

- Boas opções de produtos e bom relacionamento com os pecuaristas, uma vez que a escolha do produtor passa, em sua maioria, por essas duas variáveis;
- Conhecimento técnico do processo reprodutivo – protocolo hormonal, diagnóstico de gestação, sexagem fetal e avaliação pós-parto, como forma de auxílio ao produtor;

• Capacidade de assessoria ao produtor em áreas menos específicas, como a gestão. Trata-se de uma característica dos produtores e uma atuação pouco comum no mercado de distribuição, havendo grande oportunidade para as revendas.

Os tópicos listados acima são apenas algumas oportunidades que as revendas podem explorar para fortalecer o apoio aos produtores durante o seu planejamento e tomada de decisão. Em tempos de transformações no comportamento do pecuarista, precisamos repensar o nosso papel como fornecedores e parceiros de negócios. É preciso ir além da venda dos produtos/serviços e estar cada vez mais próximo do negócio do cliente, simplificando suas escolhas.



Franklin de Souza Meirelles

Mestre pela ESPM, consultor associado da Markestrat

Lucas Sciencia do Prado

Doutor pela FEARP (USP), sócio da Markestrat e professor da FGV-EAESP

M Markestrat
value generation

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.org
Tel.: (16) 3456.5555 / (11) 3034.3316

O acordo com a União Europeia

Aqui dentro, vivemos um momento bom, com preços razoáveis em reais e boas produções. É torcer para permanecer

Após a reunião do G-20 no Japão, aparentemente, um clima de mais otimismo voltou em relação à redução dos conflitos comerciais, graças aos encontros pessoais dos líderes mundiais. Comenta-se, inclusive, sobre as chances da China comprar mais produtos agropecuários dos Estados Unidos, em um gesto de boa vontade ou "good will" para as negociações avançarem. Mas são sinais trocados, pois a temperatura no comércio entre Índia e EUA também se elevou, com a apresentação de tarifas pela Índia agora em 28 produtos ameri-

canos, atingindo maçãs e nozes, dentre outros. O déficit americano com a Índia foi de US\$ 21,3 bilhões em 2018. Para o nosso agronegócio, esta criação de conflitos até agora representou oportunidade que vem sendo aproveitada. A economia mundial terá sua velocidade de crescimento baseada nestes acordos e disputas, temos que observar.

Para a economia brasileira, redução de velocidade, com os relatórios do Banco Central. Derrubou de 1,13% para 1% o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) esperado para este ano, e

de 2,5% para 2,23% para o próximo. A inflação também cai, de 4,03% para 3,89% em 2019, e fica em 4% no ano que vem. A taxa de juros Selic esperada em 6,5% para o final de 2019 e 7% no final do ano que vem. Finalmente, o câmbio fica em R\$ 3,80 para dezembro deste ano e do próximo também.

Pulando da economia ao agro, em relação aos grãos, a nova previsão da Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB) agora traz 238,9 milhões de toneladas para a safra 2018/19, quase 5% acima da safra anterior. A área plan-

tada encostou em 63 milhões de hectares, praticamente 2% acima da área anterior. Agregamos 672,8 mil hectares de soja, 795,3 mil hectares de segunda safra de milho e 425 mil hectares de algodão. O maior aumento de produção observado é no milho, que chegará a 97 milhões de toneladas, e a soja ficará bem próxima a 115 milhões. Este milho todo vem em boa hora, com a possível perda de produção na recentemente plantada safra americana, o crescente uso para etanol e a necessidade de se produzir mais ração para produzir as carnes no Brasil, devido às maiores

importações da China e de outros países do Sudeste Asiático, pois segue o problema da Peste Suína Africana (PSA) na China, com impactos ainda não exatamente quantificados, mas que serão grandes.

O último relatório do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA, na sigla em inglês) sobre o andamento do plantio e da safra no País joga mais dúvidas ainda no mercado. O documento aponta um plantio de 10,3 milhões de acres a menos que a safra passada, e 6 milhões menor que a

estimativa de março. Na avaliação de primeiro de julho, 56% do milho está em condições boas ou ótimas, contra 76% do ano passado. Quase 92% da soja foram plantados, quando, nesta época do ano passado, praticamente tudo havia sido semeado, e 54% estão em condições boas ou ótimas, contra 71% do ano passado. Com esta previsão, preços subiram e afetaram a competitividade do etanol de milho, com impacto positivo para a competitividade do etanol anidro do Centro-Sul do Brasil no mercado do Nordeste e até para exportarmos mais.

Segundo estes documentos (USDA), para a safra 2019 | 2020, os EUA exportarão 55 milhões de toneladas de milho, 3 milhões a menos, que serão capturadas pelos crescimentos do Brasil, para 35 milhões de toneladas, e da Argentina, para 33,5 milhões. Terminam por mostrar a importância do processamento de milho nos EUA para fazer etanol e DDGS (Grãos Secos Destilados com Solúveis, na sigla em inglês) e a exportação destes produtos confere mais competitividade à cadeia. A União Europeia deve aumentar as importações neste ano devido ao fim de uma tarifa antidumping que existia desde 2012.

Em maio, para darmos um exemplo de performance, o nosso agro vendeu ao mundo US\$ 9,8 bilhões, 1,2% a menos que o mesmo mês de 2018. As importações do agronegócio cresceram 9%, atingindo US\$ 1,2 bilhão. Com isto, o saldo ficou em US\$ 8,6 bilhões, 2,2% menor. A soja desta vez não ajudou tanto, caindo 22% em valor, ficando em US\$ 4,5 bilhões. Isso nos impediu de bater o recorde, pois as carnes cresceram quase 28% (total de US\$ 1,4 bilhão, sendo frango US\$ 650,4 milhões, bovina com US\$ 573,3 milhões e suína com US\$ 124,6 milhões), refletindo

os efeitos da PSA na China. Produtos florestais também tiveram grande crescimento, de 24%, atingindo US\$ 1,3 bilhão no mês. O café também cresceu quase 70%, atingindo US\$ 438 milhões. Com a queda da soja, caíram também as importações chinesas em 21% (total de US\$ 3,5 bilhões). Ano passado, a China comprou 88 milhões de toneladas de soja, sendo quase 69 milhões do Brasil. Com isso, o Brasil vendeu ao mundo seu recorde de 83,6 milhões de toneladas de soja, trazendo a fortuna de US\$ 33 bilhões. Para este ano, dificilmente chegaremos a 70 milhões de toneladas, o que deve provocar um tombo na receita de US\$ 8,5 bilhões, em parte compensado pelo crescimento das outras cadeias produtivas.

Com o melhor desempenho das carnes no Brasil, o novo VBP (Valor Bruto da Produção do Ministério da Agricultura) deve ficar em R\$ 601 bilhões. Isto é, R\$ 3,1 bilhões a mais que a projeção de maio (1,4% acima). Nas cinco principais cadeias da pecuária, o valor cresceu R\$ 2,9 bilhões, atingindo R\$ 202,3 bilhões. Nos 21 produtos agrícolas, teremos praticamente o mesmo valor, quase R\$ 399 bilhões. Destaca-se o grande crescimento, de quase 18%, para o milho, encostando nos R\$ 58 bilhões. Acho que o VBP seguirá aumentando com os fatos do mercado mundial. Em relação à safra vindoura, o Plano Safra anunciado vem com um valor de R\$ 222,74 bilhões de créditos, sendo R\$ 31,22 bilhões destinados ao Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf). Os juros, ao redor de 8%. R\$ 36 bilhões serão contratados a taxas livres, estima-se que entre 8,5% e 11% ao ano. Há o anúncio, também, de R\$ 1 bilhão para subsídios ao seguro rural.

O acordo entre o Mercosul e a União Europeia (UE) agitou o cenário. Foram duas décadas de conversas e isso não

deixa de ser uma onda contrária aos movimentos protecionistas recentes. Por esta razão, foi bastante comentado na imprensa mundial. É um bloco de 720 milhões de pessoas e 25% do PIB mundial. De início, estima-se uma redução de tarifas de 4 bilhões de Euros à UE. Para a EU, vai interessar mais os mercados de produtos manufaturados, dentre eles, carros, vinhos, queijos, além de contratos públicos. Para o Mercosul, abre-se mais o mercado para frutas, suco de laranja, café, carnes, açúcar e etanol. A redução das tarifas é gradual, diminuindo os impactos imediatos. Algumas levarão até 10 anos e, no caso de carros, 15 anos. Ainda precisa de aprovação dos países, o que pode levar muito tempo, e vai enfrentar muita resistência dos lobbies agrícolas europeus, bem como levantar preocupações e riscos ao Brasil na área ambiental.

A UE estabeleceu cotas em alguns produtos, mais sensíveis ao bloco. Na carne bovina, 99 mil toneladas com carcaça. No frango, 180 mil toneladas com carcaça. Na carne suína, são 25 mil toneladas (tarifa de 83 euros por tonelada). No açúcar, uma cota de 180 mil toneladas para o refinado. No etanol, duzentas mil toneladas para uso como combustível, com 1/3 da tarifa e 450 mil para uso químico sem tarifa. 60 mil toneladas para o arroz e 45 mil toneladas para o mel, entre outros. São licenças que serão distribuídas de alguma forma pelo Governo Brasileiro, na cota que couber dentro do Mercosul. Lembremos que, perto das nossas exportações, são volumes muito pequenos. Temos, sim, que comemorar, mas a Ásia é muito mais importante.

Cinco fatos do agro para acompanhar diariamente, a partir de agora:

- O mais importante: as primeiras estimativas do que será produzido nos EUA.


Devido às chuvas excessivas, é uma safra com risco maior.

- Como serão os impactos da evolução da PSA na China nas importações e nos preços de carnes e grãos. Há percepções de que algo pode estar sendo escondido pelo Governo, como, também, pode não ser tão grave. Grande incerteza.

- As questões comerciais entre China e EUA e se haverá mesmo um gesto de boa vontade para aumentar a importação de alimentos dos EUA pela China, visando a acelerar as negociações, sendo este um risco ao Brasil.

- A Reforma da Previdência no Brasil e os efeitos no câmbio.

- Evoluções do acordo comercial Mercosul e União Europeia.

Estamos em um momento bom, com preços razoáveis em reais e boas produções. É torcer para permanecer! Passei duas semanas na China, estou com o cérebro esgotado com tudo o que vi, uma velocidade impressionante. Tenho feito um esforço para colocar o aprendizado nas mídias sociais e farei um texto específico sobre isso. Acompanhem! 

Marcos Fava Neves

Professor das Faculdades de Administração da USP e FGV



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.

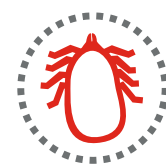
Site: www.markestrat.org
Tel.: (16) 3456.5555 / (11) 3034.3316

BOVECTO POUR ON

ANTIPARASITÁRIO EXTERNO

Fórmula com 4 ativos:

Cipermetrina • Clorpirifós • Geraniol • BPO



Carrapaticida



Mosquicida



Bernicida



Sarnicida



Piolhida



Repelente

Dois grupos químicos com mecanismos de ação diferentes:

Organofosforado e Piretróide



**Produtividade,
Confiança
e INOVAÇÃO**



10mL
TRATAM
100kg





O Verão-Chave das Revendas

Estação permite que atividades e serviços prestados pelas equipes técnicas e comerciais dos distribuidores ganhem relevância

Com o início do ciclo de verão se aproximando, aumentam consideravelmente as atividades técnicas e os trabalhos de campo das equipes dos distribuidores de insumos. Considerando a “jornada do produtor”, esse período inicial do ciclo marca o fim da etapa de planejamento e o início do pré-plantio e do plantio em si em muitas das regiões produtoras do Brasil, principalmente para a soja. É nesse momento que o produtor toma as decisões finais de tratamentos e recomendações que irá seguir e começa

a organizar as operações para a fase de plantio. Vale ressaltar que, em muitas regiões, o processo de compras do produtor já foi realizado, se não na sua totalidade, ao menos em parte, e uma parcela considerável do mercado “já rodou”, no jargão das revendas.

Mas, enquanto o produtor inicia suas operações, uma série de atividades e serviços prestados pelas equipes técnicas e comerciais dos distribuidores ganha relevância e pode garantir a diferenciação e o relacionamento de negó-

cios. Por exemplo, enquanto o produtor se prepara para o plantio, algumas atividades que ele realiza podem incluir análises de solo, dessecação e preparo de solo, manutenção e regulação de máquinas, correção de fertilidade e calagem, além do recebimento e da armazenagem de alguns insumos necessários para essa fase do cultivo.

Quando se prepara de fato o início das operações para o plantio, atividades de conservação de solo, tratamento de sementes, preparação de equipamen-

tos e treinamento das equipes, dentre outras, são realizadas até que seja efetivado o plantio.

Veja que o rol de atividades que o produtor executa nesse processo é amplo e demanda uma série de conhecimentos técnicos, apoio de outros profissionais e abre oportunidade para que os distribuidores de fato possam prestar serviços de qualidade, que garantam as melhores operações e maior efetividade no apoio e execução do plantio. Naturalmente, novas oportunidades

de vendas, complemento de produtos, novas compras e repiques surgirão a partir desse momento e os profissionais e empresas que estiverem mais próximos, atuantes e com diferenciais de serviços e relacionamento tendem a ser mais beneficiados na escolha dos produtores.

É aqui que muitas equipes carecem de organização e planejamento. Coloque algumas questões para que possam refletir e se preparar:

- Quais são os clientes prioritários em

que a equipe deve focar suas atividades?

- Quais clientes dentre esses têm maior demanda por acompanhamento técnico e apoio para execução do plantio?
- Qual a agenda de visitas e planejamento de plantio dos clientes para que a equipe possa se organizar?
- Como os parceiros fornecedores podem apoiar essas atividades?
- Quais oportunidades de serviços e negócios estão mapeadas para cada cliente?
- Como estão os resultados em termos de metas x negócios já realizados? O que ainda é possível realizar nesse ciclo? Assim, o início do ciclo de verão marca o começo das atividades operacionais do negócio do produtor e é quando as demandas por presença, assistência e solução de problemas tendem a aumentar. Muitos profissionais de vendas, por já terem realizado seus negócios, podem se afastar, mas é aqui que as oportunidades de relacionamento técnico-comercial serão provadas e efetivadas.

Por fim, ressalto que muitas equipes acabam destinando muito tempo para “entregas” nesse momento e deixam de lado as atividades técnicas e de suporte aos clientes. Pensem nisso, organizem-se e façam bons negócios! **AR**

Matheus Alberto Cónsoli

Professor, Doutor em Engenharia da Produção (USP), Mestre e Graduado em Administração (USP)



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

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



Diga NÃO à informalidade de insumos agropecuários!

É de suma importância que os empresários das revendas se comprometam a eliminar as compras informais que não envolvam garantias de qualidade dos insumos fornecidos

Comprar insumos agrícolas com procedência conhecida não deve ser considerado somente um diferencial de mercado, mas uma obrigação das revendas agrícolas, pois, além de se tratar de um crime comercial, os revendedores desempenham um papel de extrema relevância como parte do canal de distribuição junto ao produtor rural, que é o de levar tecnologia para o campo e instruí-lo quanto às melhores práticas. Ao zelar quanto à procedência de seus produtos, o revendedor desempenha um papel muito maior que de ofer-

ente de tecnologia para o empresário e produtor rural. Ele desempenha um papel de certificador de qualidade de insumos. Isso ocorre devido à escolha de seus fornecedores e pela necessidade de monitoramento daquilo que está descrito nas embalagens de quaisquer origens com a finalidade de fornecimento de segurança a sua clientela – o produtor rural –, que acredita no seu fornecedor e nos insumos que disponibiliza em sua revenda.

Em outras palavras, ao colocar um insumo em seu estabelecimento, o re-

vendedor está automaticamente transmitindo para seus clientes que conhece a procedência dos produtos oferecidos, bem como a idoneidade das empresas e dos profissionais com quem está estabelecendo relações comerciais. Pois, além da relação comercial que ali se estabelece, também existe uma relação não formal, de confiança entre estes dois parceiros comerciais.

Neste sentido, é de suma importância que os empresários das revendas se comprometam a eliminar as compras

informais, que não envolvam garantias de qualidade de insumos fornecidos. Trata-se de uma questão de certificação de segurança nas propriedades rurais, bem como de orientação dos empresários e produtores, levando em consideração que as revendas têm um enorme papel como disseminadores de tecnologias e, conseqüentemente, de conhecimento de técnicas e de novos produtos.

O combate à informalidade, portanto, não se trata apenas de uma batalha organizada pelas associações de classe que lutam pelos interesses das

empresas que as mantêm. Mas, principalmente, da conscientização de todo o setor agropecuário sobre os produtos que estamos colocando na mesa dos consumidores, dos quais somos parte. Não podemos esquecer que, no final deste ordenamento de profissionais encadeados entre insumos, produção e processamento, haverá sempre um consumidor que ingere tudo aquilo que foi produzido. É responsabilidade de todos zelar pela sua saúde e de toda a população que alimentamos.

Vale ainda salientar que temos um crescimento explosivo de pequenas ocupa-

ções rurais ou não, no estado de São Paulo e em outras unidades da Federação, e todas essas atividades devem ser incentivadas com um caráter mais ordenado do ponto de vista socioeconômico e ambiental. Nesse sentido, as revendas têm um papel fundamental de disseminação de conhecimento e inclusão de todo o conjunto de produtores rurais. Se deixados à própria sorte, talvez os novos ruralistas paulistas e brasileiros tendam a reproduzir inúmeras mazelas que possam comprometer o promissor desenvolvimento sustentável que já faz parte da política proativa dos empresários de ponta e dos governos municipal, estadual e federal. **AR**

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

Jogi Humberto Oshiai: Sócio da Lemos Oshiai Consultoria e Assessoria e da Stark Capital e Diretor de Assuntos Públicos do escritório de advogados europeus FratiniVergano (Bruxelas), além de ser Pesquisador Associado da FZEA/USP e colunista das revistas especializadas em proteína animal e Agrorrevenda. Pós-Graduação em Comércio Internacional pela Universidade Livre de Bruxelas, Mestrado em Política Internacional pela Universidade Livre de Bruxelas e MBA pela Solvay Business School Economics and Management, Bruxelas. j.oshiiai@e-loconsultoria.com

LO
Lemos & Oshiai
consultoria

Agrivalle lança fungicida Shocker



A Agrivalle, empresa de biológicos, fertilizantes e bioestimulantes, está lançando no mercado de Horticultura o Shocker, primeiro fungicida microbiológico composto por três

organismos (duas bactérias e um fungo), que aumentam o espectro de ação.

O Shocker reduz a capacidade de instalação das doenças, favorece o desenvolvimento de raízes saudáveis que exploram melhor o solo, gerando plantas mais saudáveis e que podem expressar o máximo do seu potencial produtivo.

“As bactérias *Bacillus amyloliquefaciens* e o fungo *Trichoderma harzianum* reduzem o potencial de ocorrência das doenças já no primeiro cultivo, pois inibem e dificultam

o crescimento dos patógenos”, explica o Diretor de Pesquisa da Agrivalle, Eduardo Bernardo.

O fungicida recebeu registro do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento para duas importantes doenças de solo: Rizoctoniose e Mofo branco, que atacam as culturas da soja, café, algodão e HF. “É o primeiro produto disponível com essa composição. Resultado do pioneirismo da Agrivalle que investe em pesquisa e formulações de biológicos desde 2006”, destaca o Diretor de Marketing, Wagner Coladel. **AR**

CARRAPAT 100 dispensa manejo

Em sua linha de saúde para grandes animais, a Real H apresenta o CARRAPAT 100, medicamento homeopático que não deixa resíduo, não gera descarte e não apresenta qualquer nível de toxidez. A infestação de carrapatos causa enormes prejuízos financeiros para a pecuária, contribui para o desenvolvimento de quadros clínicos que afetam de forma drástica a produção e a saúde animal, não sendo incomum o descarte ou óbito de animais. Além das perdas significativas para a produção de leite.

Para conter o parasitismo, os produtores costumam recorrer a carrapaticidas com alto teor de toxidez, muitos deles exigindo períodos de carência e manejos, como banhos ou injeções, que estressam os animais, dificultam a mão de obra e ajudam a ampliar ainda mais as perdas.

Em Barão de Monte Alto (MG), a homeopatia da Real H tem sido a solução para as infestações de carrapatos na Fazenda Cachoeira há cerca de cinco anos. Satisfeito com os resultados do



CARRAPAT 100, Fábio passou a utilizar outros produtos Real H em seus animais. “Começamos a usar o Pró-Cio, o CRM Vet e o Dia 100. Estou muito satisfeito com a Real H. Bom demais os produtos”, finaliza o produtor. **AR**

VIRBAC lança anti-inflamatório Dexaforce®

Constantemente em busca de novas tecnologias para desenvolver produtos diferenciados e eficientes, com qualidade e facilidade de uso para médicos-veterinários e pecuaristas, a Virbac - indústria farmacêutica dedicada à saúde animal - traz para o mercado mais uma grande novidade: o Dexaforce®.

O produto é o único anti-inflamatório do mercado à base de dois sais de Dexametasona (Fosfato Sódico de Dexametasona e Fenilpropionato de Dexametasona), re-

sultando em uma ação rápida e potente, com oito dias de duração. “Outro diferencial do Dexaforce® é o fato de ser em dose única e possuir carência zero em carne e leite”, explica Bruno Lima, Gerente Técnico da Virbac.

Indicado para bovinos, equinos, suínos, cães e gatos, o Dexaforce® é utilizado nos casos em que é desejada uma potente ação anti-inflamatória e antialérgica. O produto possui também ação glucogênica em vacas leiteiras, sendo

indicado no tratamento de animais com cetose pós-parto. O efeito do Dexaforce® é sustentado por mais tempo e possui ação imediata. **AR**



Helm lança ferramenta de precisão

A Helm do Brasil está lançando o SkyFLD, ferramenta de agricultura de precisão voltada para os médios e pequenos produtores rurais, empresas familiares e consultores de todo o País. O SkyFLD é capaz de gerar um mapa de variabilidade do solo para auxiliar o agricultor no processo de tomada de decisão, com informações precisas da lavoura, podendo aprimorar o uso de insumos e sementes, monitorando a evolução da cultura. É

uma plataforma simples e intuitiva que pode ser utilizada por qualquer pessoa, independentemente do nível de digitalização a que tem acesso. “Muitos produtores estão receosos sobre a agricultura de precisão, principalmente os pequenos e médios. Achem que esse tipo de tecnologia só é acessível para os grandes, o que não é verdade. Com o SkyFLD, vamos democratizar esse serviço”, explica Sebastian Lueth, Diretor Comercial da Helm do Brasil. **AR**



Bayer lança Fox® Xpro para algodão



A Bayer apresenta o fungicida Fox® Xpro, uma mistura tripla com formulação inovadora de alta performance no combate aos fungos causadores da ramulária. O lançamento foi realizado durante o Bahia Farm Show, em Luís Eduardo Magalhães

(BA). Para o gerente regional da Bayer, Renato Almeida, o produto consolida a liderança no mercado de fungicidas, além de disponibilizar aos produtores brasileiros uma nova ferramenta com três sítios de ação e três princípios ativos eficazes, preservando a sustentabilidade

do manejo fitossanitário. “A Bayer tem uma forte atuação nas culturas de soja e algodão, por meio da oferta de produtos para o manejo da lavoura ou apoiando o desenvolvimento de toda a cadeia”, ratifica Renato. O algodão foi a primeira cultura atendida pelo Fox. **AR**

Agro Dinho mostra força

Em Campinas, jovem empreendedor não teme economia enfraquecida e aposta tudo na revenda de bairro, mesmo em uma grande metrópole paulista



Reinaldo da Rocha – “Preciso ter variedade para não perder cliente”.

O Jardim Miriam é a última porção urbana ao norte da Região Metropolitana de Campinas, a segunda maior do estado de São Paulo, com vinte municípios e quase 3,5 milhões de habitantes. Na beira da Rodovia Ademar de Barros, a SP-340, a menos de cinco quilômetros da vizinha Jaguariúna, o bairro possui menos de mil residências e mais parece uma cidadezinha qualquer do interior brasileiro. Todos os moradores se conhecem, ainda sentam em cadeiras colocadas nas calçadas e compram em inúmeros pequenos pontos comerciais caseiros, que se espalharam nos últimos anos por conta da recessão e de uma economia que se arrasta há cinco anos. Salões de beleza, carros de lanches, biroskas, barracas de espetinhos, entre outros. Um ponto marca presença há quase vinte anos, a Casa Natureza, revenda de rações, banho e tosa para

pets, pesca, acessórios para cavalos, encravada na pequena avenida principal que corta o bairro.

Pois foi exatamente nesta via, despreocupado com a tradicional concorrência, que o campineiro Reinaldo Cezário da Rocha resolveu instalar, no início deste ano, seu novo empreendimento, a loja Agro Dinho, em homenagem ao próprio apelido. “Meu primeiro emprego foi em uma indústria fabricante de óculos. Depois, fui trabalhar em uma grande revenda de insumos agropecuários que fica bem perto daqui. Fiquei lá seis anos, gostei e resolvi abrir meu próprio negócio”, conta bem humorado, sem receio por não ter nenhuma relação com o Agronegócio. “O único laço que tinha com a área é que sempre gostei bastante de passarinhos. Fiz uma grande amizade com meu ex-patrão, gostei de atuar no ramo, mas

queria abrir um negócio meu, melhorar de vida”, rememora.

Pois ele apostou na confiança de trinta clientes que já conhecia do emprego anterior e mirou nas marcas comerciais que o concorrente mais próximo não oferece. “Porém, ao mesmo tempo, preciso ter o que ele vende, para não perder nenhum cliente”, explica. Arregaçou as mangas e pintou na fachada a mensagem “sempre cuidando bem do seu melhor amigo”, já antevendo que ração para cachorros e gatos seria o produto campeão de vendas. O dia a dia não é bolinho. De segunda a sexta-feira, das oito horas da manhã às sete da noite. No sábado, fica aberto das oito horas às quatro da tarde. E aos domingos e feriados, os dias de maior venda, das oito horas da manhã até a uma da tarde. O período matutino é o de melhor resultado. “Trabalhamos

com os melhores produtos, só que tenho concorrência a duzentos metros, dois quilômetros e cinco quilômetros. Preciso suar a camisa”, brinca.

O cuidado com a disposição do portfólio dentro da loja e na calçada em frente está presente em cada detalhe. São rações, produtos para pássaros e cavalos, equipamentos de pesca (molinetes, varas, iscas vivas), acessórios diversos, medicamentos. Mais de duzentos itens. Atualmente, são cinquenta clientes fixos, principalmente na área de pets, pequenas criações e cavalos. “Em volta do bairro, existe uma zona rural com muitas casas, chácaras e pequenos sítios, onde o pessoal tem cavalo, cria galinhas, codornas, mantém passarinhos e coisas assim”, conta Reinaldo. O que já garante um movimento rotineiro de aproximadamente duzentos consumidores por dia. “E meu dinhei-

rinho para comer, pagar as contas, o aluguel e cuidar da família. Afinal, sou casado e tenho três filhos”, fala.

Atualmente, Reinaldo se relaciona com cerca de vinte vendedores, que representam as indústrias e os fornecedores. E nem todos agradam. “Há vendedores que ajudam bastante, falam dos produtos, descrevem as características, tudo para que possamos informar melhor os clientes. Alguns dão até amostras para apresentarmos os produtos. Já outros são apenas vendedores de marcas. Nenhum deles corre apenas contigo, vendem a mesma coisa para o seu concorrente e ainda pedem um preço mais barato. Penso que eles deveriam escolher os comerciantes parceiros e, principalmente, não oferecer as mesmas tecnologias para lojistas que trabalham tão próximo uns dos outros”,

reclama. Mas também já faz planos otimistas para o futuro. O objetivo é investir mais na ração de cavalos. “Está crescendo muito a saída da nutrição para equinos. Eu tenho um pouco de medo porque a validade do produto é de apenas três meses, mas vou tentar. Quero, também, ter mais variedades de marcas de rações para cães”, explica. E mais. “É minha primeira loja própria, tenho menos de um ano de atividade e o faturamento não está o que esperava. Mas não posso reclamar. Eu cumpro meus horários e minhas ordens, não tenho mais patrão. Trabalho para mim, passo menos nervoso do que quando era funcionário. Meu próximo passo é comprar um imóvel próprio para o negócio e aumentar o tamanho da loja. Não me arrependo do que fiz e tenho certeza de que tudo vai dar certo. Estou gostando de ser patrão”, conclui feliz. **AR**

Translocação de Boro como jamais vista antes.



BRANDT®

Congresso ABAG reforça Comunicação e Crédito

Revendas do Agro Brasil precisam se engajar nas ações que ressaltem o protagonismo do setor e ficar de olho nos financiamentos



Agricultura brasileira fez uma revolução nos últimos quarenta anos, alcançando uma posição de destaque em termos mundiais na produção de alimentos, fibras e energia. “Nossa tecnologia dos trópicos e o empreendedorismo dos agricultores contribuíram para a segurança alimentar nacional e alimentam 1,2 bilhão de pessoas no mundo”, afirmou a ministra da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Tereza Cristina, no Congresso Brasileiro do Agronegócio, realização da Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG) e Brasil, Bolsa, Balcão (B3), no início de agosto, em São Paulo, que reuniu mais de 1.000 participantes. Mas o desequilíbrio das forças internacionais e a falta de uma

comunicação eficiente podem prejudicar o nosso Agro. “Precisamos estar integrados. É inadmissível que o setor seja bombardeado em decorrência da desinformação. Estamos fazendo o melhor para o nosso País, ainda com biotecnologia, agricultura digital e agritechs”, completou a ministra.

O presidente da ABAG, Marcello Brito, explicou que os temas mais debatidos nos últimos meses foram o desmatamento e o acordo União Europeia e Mercosul, além da liberação dos agroquímicos. “Porém, as informações divulgadas não refletem, necessariamente, a realidade do nosso setor, o que faz com que haja uma percepção negativa acerca do trabalho realizado

por toda a cadeia produtiva”, acrescentou Brito. O presidente da B3, Gilson Finkelsztain, reafirmou a importância do Congresso Brasileiro do Agronegócio como um espaço para o debate dos temas mais relevantes do segmento.

Ainda participaram do Congresso o deputado federal Alceu Moreira, presidente da Frente Parlamentar do Agronegócio, e o presidente da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), Almirante Sergio Segovia.

A sustentabilidade é uma tendência mundial e o segmento alcançou um alto índice de produtividade. Mas o

momento é de reforçar o aspecto sustentável da produção nacional. “A sustentabilidade é muito favorável ao Brasil e à agricultura. Ela insere um novo padrão e dissolve a dicotomia de que ou há conservação ou há produção”, enfatizou Marina Grossi, presidente do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS).

A pecuária nacional, por exemplo, é sustentável ao emitir menos metano em relação a de outros países. “Ainda precisamos combater fortemente o desmatamento ilegal. Mas basta combater a criminalidade”, disse Marina, antes de destacar que a Agricultura 4.0 é uma realidade no Brasil e mais avançada que em outros países, como os Estados Unidos. “O produtor brasileiro sempre optou por inovação e tecnologia, já que crescemos com produtividade e não com área agricultável”, concordou o diretor de Marketing da Corteva Brasil, Douglas Ribeiro.

Ulisses Thibes Mello, diretor da IBM Research Brasil, destacou a digitalização no campo. “Hoje, um trator, por exemplo, tem mais de dez sensores e computador de bordo. No ano passado, foram lançados mais de dez satélites com resoluções diferentes. Esta transformação digital vai ampliar a produtividade e a rastreabilidade, diminuindo as perdas de produção”, explicou.

O professor da Fundação Dom Cabral, Paulo Resende, lembrou que o Brasil precisa pensar de forma mais estratégica o tema infraestrutura. “No mundo, o que se faz é buscar equilíbrio entre armazenagem e transporte. No agro brasileiro, 42% dos custos logísticos estão ligados ao transporte de longa distância e 18% estão na área de armazenagem. Nos Estados Unidos, o custo do transporte de longa distância



Ministra Tereza Cristina

é de 30%. E 40% é de armazenagem. O que significa que nós, aqui, temos de produzir e escoar com rapidez por falta de armazenagem”, enfatizou.

Outro pilar importante para o futuro é a gestão e produtividade das pessoas. “Em um modelo de gestão simplificado, temos que ser bons em finanças, análise de mercado e de clientes, processos e tecnologias. Mas, quando se trata de pessoas, o mínimo que temos que fazer é dar a mesma relevância porque isso está relacionado à produtividade”, contextualizou Ruy Shiozawa, presidente do Great Place to Work Brasil.

Mas nada funciona sem os mecanismos financeiros. “Com a queda dos juros, estamos abrindo uma janela macroeconômica importante para um novo modelo de crédito e de gestão de risco”, analisou o advogado Renato Buranello. O diretor de Agronegócios do Itaú BB, Pedro Barros Barreto Fernandes, concordou e acrescentou que isso significa uma mudança estrutural. “Mas, para formar uma linha de financiamento, existem outros fatores,

“Contribuímos para a segurança alimentar nacional e alimentamos 1,2 bilhão de pessoas no mundo.”

como o custo de fiscalização”, alertou. A baixa do spread, segundo o diretor de Agronegócios do Santander, Carlos Aguiar Neto, prescinde de concorrência na oferta. “Isso se dá quando os agentes querem emprestar para o setor com as mesmas condições e, assim, o produtor pode escolher onde captar os seus recursos”, afirmou.

O diretor de Agronegócios do Bradesco, Roberto França lembrou que o recurso obrigatório possui a taxa mais barata do mercado (8,5%) e o recurso livre tem uma taxa superior, pois é necessário inserir o spread bancário. Já Juca Andrade, vice-presidente de Produtos e Clientes da B3, disse que uma parte importante do spread bancário está no custo de recuperação de crédito. **AR**



Marcello Brito (ABAG) - Desmatamento, acordo com União Europeia e liberação de agroquímicos marcaram agenda do setor.

Café Solúvel do Brasil cria nova marca

Exportações e vendas internas vão disparar e impactar produtores, distribuidores de insumos e indústrias do País



Lançamento Café Solúvel

O café é uma das bebidas mais consumidas do planeta. Sorte do Brasil, que é o segundo maior consumidor mundial, perdendo apenas para os Estados Unidos. E uma das formas mais práticas e rápidas de consumi-lo é tomando o café solúvel, com preparo simples e rápido. Basta misturar água quente e o pó, e mexer. Ou misturar ao leite. Ou usar em doces, em bebidas. O solúvel é o 12º produto do agronegócio, faturando US\$ 600 milhões de dólares por ano em divisas, com perspectiva de crescimento de 5% em volume e 2% em faturamento em 2019. Mas corresponde a apenas 5% do consumo total de café. A perspectiva é dobrar o consumo nos próximos cinco anos.

Para fortalecer o potencial de qualidade, variedade e tecnologia do produto, a Associação Brasileira das Indústrias de Café Solúvel (ABICS) e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX Brasil) lançaram uma marca para o produto vender mais no mercado interno e expressar maior evidência no mercado internacional. É o conceito "Crie & Curta", na versão em inglês "Explore&Enjoy", criado para promover a experiência de consumo do

produto, mostrando a variedade e a riqueza de possibilidades no uso em receitas. Um selo vai estampar as embalagens do produto exportado e dos que ficam no mercado interno, assegurando a origem e a qualidade. "Nosso solúvel está na liderança há mais de 50 anos, temos mais de 25 certificações de controle de processos, qualidade, segurança alimentar, sustentabilidade e de categorias específicas, como orgânicos, kosher, halal, entre outros", afirma Aguinaldo Lima, diretor de Relações Institucionais da ABICS. No consumo interno,

o foco ainda será ampliar o público consumidor, com as galeras amantes de trilhas, ciclismo, camping, pesca, maratonas, esportes ao ar livre, jovens urbanos etc.

E para atender aos mercados, duas indústrias anunciaram investimentos de R\$ 1 bilhão de reais até 2022, na ampliação de processamento e na construção de novas unidades no Espírito Santo. A Companhia Cacique e a multinacional de Singapura, Olam Coffee, e a Companhia Iguazu, do Grupo Marubeni Corporation Japan.




Pedro Guimarães (Presidente da ABICS)

“Exportações em alta com União Europeia.”

Além de outros investimentos, com as marcas da Iguazu adquiridas pela 3 Corações e as marcas da Cacique adquiridas pela JDE (Jacobs Douwe Egberts Coffee). A produção brasileira está concentrada em seis grandes players do setor: Nestlé, Café Iguazu, Cacique, Campinho, Real Café e Co-

cam. As exportações de café solúvel registraram aumento de 9,6 % em volume no primeiro semestre de 2019, com 1.861.793 de sacas de 60 kg e receita cambial de quase US\$ 275 milhões. Os principais destinos foram EUA, Rússia, Indonésia, Japão e Argentina.

A conclusão do acordo comercial entre o Mercosul e a União Europeia é outra importante notícia para o solúvel brasileiro. "A retirada gradativa em quatro anos da tarifa de 9% aplicada pela União Europeia às nossas exportações ampliará a nossa competitividade, lembrando que o bloco econômico é o segundo maior destino das exportações de café solúvel", afirma o presidente da ABICS, Pedro Guimarães. 



Edervaldo Teixeira (Diretor da Apex)



Aguinaldo Lima (Diretor da ABICS)

CRIE & CURTA CAFÉ SOLÚVEL BRASIL

CAFÉ SOLÚVEL BRASIL

- Exportação em 2018: US\$ 599,8 milhões | 3.725.656 sacas de 60kg
- Mais de 100 países compradores
- Exportações de 1.861.793 de sacas de 60 kg no primeiro semestre de 2019
- Crescimento de 9,6% no primeiro semestre de 2019
- Receita cambial de US\$ 275 milhões
- Principais destinos: EUA, Rússia, Indonésia, Japão e Argentina
- Maior produtor e exportador do mundo
- 12º produto mais exportado do agronegócio
- Seis grandes players: Nestlé, Café Iguazu, Cacique, Campinho, Real Café e Cocam

MARCA 'CRIE & CURTA' | 'EXPLORE & ENJOY'

- Promover a experiência de consumo do produto
- Variedade de processos produtivos
- Vários tipos de grãos
- Riqueza no uso em receitas
- Embalagens que assegurem origem e qualidade
- Divulgação internacional em eventos, degustações em embaixadas, presença em feiras de bebidas e café

HISTÓRIA

- Invenção do café em pó instantâneo em 1901 (Chicago - EUA)
- Lançamento do Nescafé em 1938
- Largamente consumido pelos soldados americanos na Segunda Guerra Mundial
- Chegou ao Brasil em 1953
- Começa a produção no Brasil em 1960

VARIEDADES SOLÚVEIS

- Spray Dried – Em pó. Extrato é submetido a altas temperaturas e pressão Pulverização e exposição ao ar quente
- Aglomerado – União do pó e do vapor com pressão e velocidade
- Freeze dried / Liofilizado – Extrato congelado a -40°C. Em seguida, moagem,
- Extrato – Formato aquoso. Concentrado para bebidas e alimentos
- Óleo de café verde – Prensagem a frio para indústria de alimentos e cosmética

SBC Certificações mergulha na Hortitec 2019

Maior evento de Hortifrúts movimenta mais de R\$ 100 milhões para produtores, cooperativas, revendedores e indústria



Eduardo Brandão, Brenda Rodrigues (ABRAFRUTAS) e Matheus Witzler (SBC Certificações).


Quatrocentos e vinte empresas expositoras em 30 mil m², trinta mil visitantes e R\$ 110 milhões em negócios. Todas as novidades brasileiras em produtos, serviços, ferramentas, maquinários, equipamentos e novas tecnologias para cultivo de frutas, flores, hortaliças e produtos florestais. Soluções para boa alimentação, economia de água e energia, maior produtividade, qualidade na produção, novos mercados, garantia de origem, rastreabilidade, certificação, exportação e novos e exigentes mercados.

É a 26ª Exposição Técnica de Horticultura, Cultivo Protegido e Culturas Intensivas (Hortitec 2019), a mais importante feira de negócios do setor de Hortifrúts da América Latina, realizada no Parque da Expoflora, em Holambra (SP), durante três dias. O mais novo palco de atuação em negócios do Serviço Brasileiro de Certifi-

cações, empresa líder no mercado de fazendas produtoras e exportadoras de carne bovina para o exigente mercado Europeu (dentro do universo do Serviço Brasileiro de Rastreabilidade da Cadeia Produtiva de Bovinos e Bubalinos – Sisbov) e que atua desde o fim do ano passado na certificação de frutas, legumes e verduras dentro do escopo do GlobalG.A.P.

O Responsável Técnico Global Gap e Gerente de Marketing do SBC, Matheus Modolo Witzler, visitou parceiros, prospectou negócios e discutiu projetos e parcerias com a Associação Brasileira dos Produtores Exportadores de Frutas (ABRAFRUTAS) e várias entidades ligadas ao segmento de verduras e legumes. "Tivemos ótimas conversas e conseguimos afinar mais nosso relacionamento e estruturar uma atuação que ajude os agricultores desses setores a aperfeiçoar as práticas de produção e a atender o interesse de

mercados no Brasil e no exterior", avaliou Matheus Modolo Witzler.

Em Holambra, o Secretário de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo, Gustavo Diniz Junqueira, anunciou a criação de uma Câmara Estadual Setorial das Frutas e participou do lançamento do Programa Fresh Brasil, dirigido para o setor de frutas, flores e hortaliças. "Temos que ir atrás dos mercados antes de produzir. É um novo sentido. Fazer o que é demandado pelos novos consumidores. Os orgânicos já oferecem esse caminho. É um espaço para crescermos, termos margens, produtos rastreados, certificados, com denominação de origem, advindos de parcerias comerciais prósperas. Queremos reunir autoridades, associações, produtores e operadores de logística para, juntos, abriremos mais mercados externos para a produção brasileira do segmento", concluiu o secretário Gustavo Diniz. 

MSD lança IDAL® 3G Twin

Dispositivo inédito garante imunização contra doenças em suínos e vai ser distribuído em um programa que envolve nove revendedores de insumos do Brasil inteiro



Equipe MSD e IDAL System.

A MSD, empresa com quase 130 anos de atuação, acaba de lançar no mercado de carne suína o IDAL® 3G Twin, um dispositivo intradérmico livre de agulha, que garante imunização contra a infecção por circovírus suíno tipo 2 e a enfermidade *Mycoplasma hyopneumoniae*, duas doenças que podem causar grandes danos à produção nas granjas do País. O equipamento é utilizado durante a aplicação das exclusivas vacinas inativadas da empresa, a Porcilis PCV ID e a Porcilis M1 ID0.

IDAL® 3G Twin regula a dose da vacina e a pressão de aplicação eletronicamente, evita erros de volume da dose aplicada e lesões nos tecidos, reduz o risco de disseminação de doenças entre os suínos pelo uso da mesma agulha em vários animais, elimina o risco de quebra de agulhas, abscessos e condenações de carcaças associadas a esses fatos, além de melhorar a segurança do ope-

rador, evitando ferimentos acidentais com as agulhas.

O lançamento ocorreu no fim do primeiro semestre, em Campinas (SP), no Royal Palm Plaza Resort Hotel, e reuniu mais de uma centena de representantes de cooperativas, profissionais de empresas e distribuidores de insumos agropecuários. Os momentos de interação e informação científica da "Experiência IDAL" contaram com apresentações de Delair Bolis, presidente da MSD Saúde Animal Brasil, com a palestra "Empresa Inovadora". Olivia Azlor, Diretora Global de Marketing da MSD Saúde Animal, falou sobre o "IDAL System no mundo". Robson Gomes, Gerente de Produtos da MSD Saúde Animal, tratou de "IDAL 3G, Alta Tecnologia já disponível no Brasil". Rafael Frandoloso, doutor em Imunologia e professor da Universidade de Passo Fundo, abordou o tema "Por que vacinar pela via intradérmica?"

E Pedro Engler, CEO da StartSe, propôs um desafio com a palestra "Quem faz o futuro?" Para fechar, à tarde, os participantes visitaram a empresa AGV, o maior operador logístico do mercado de Saúde e Nutrição do Brasil, que vai levar a solução IDAL para todos os estados produtores brasileiros.

Esta é a terceira geração do sistema IDAL, que impressiona pelo fácil manuseio. São mais de mil e duzentas aplicações com apenas uma carga de bateria. O aparelho possui sensor Bluetooth e de posição e é desenvolvido na Alemanha por especialistas em tecnologia de fabricação de produtos médicos. A primeira versão, em colaboração com a MSD, foi lançada em 2013 juntamente com uma linha de vacinas exclusivas para o uso da via ID.

"Há mais de um século praticamos uma corrida arriscada em direção à inovação.

E isso depende de você mudar sua cabeça. O ser humano tem capacidade para isso. Basta não sermos complacentes. O IDAL System é isto. Vacinas intradérmicas. Inovação, eficácia, sem agulha. Criatividade, persuasão, colaboração, adaptabilidade e gestão do tempo. É o nosso DNA. A maioria das inovações falha. Porém, as empresas que não inovam morrem", resumiu Delair Bolis.

Olivia Azlor enfatizou a rapidez das mudanças que marcam a saúde animal e humana atualmente, a sociedade moderna com novo poder ao consumidor, rápida comunicação, necessidades dos clientes, regulações. "A cadeia está cada vez mais integrada e precisamos adaptar nossos sistemas de produção. Há mais de 25 anos desenvolvemos novas vacinas em suinocultura na Europa. Lançamos IDAL 3G em março de 2018. Depois, a nova, com duas vacinas em apenas um disparo. Neste ano, o lançamento do aplicativo IDAL. Foram inúmeros testes em laboratório e alcançamos meio milhão de aplicações sem nenhum problema. Já são quase 250 milhões de animais vacinados nas principais enfermidades. Tudo comprovado amplamente em campo. O futuro, agora, é do controle de leite, Aujesky, APP e PRRS", analisou.


O Gerente de Produtos da MSD Saúde Animal, Robson Gomes, reafirmou que as injeções múltiplas afetam negativamente a qualidade da agulha, apresentando desgaste logo depois de doze usos, machucando a pele do animal, com o risco de contaminar o suíno e transmitir doenças. "É uma tecnologia estudada há mais de cem anos. Via intradérmica, depositada no local correto, sem pressão, que se estende a 12 mm, dispersão correta. O que significa menos estresse, bem-estar animal, sem danos ao tecido, e redução na transmissão de doenças. Estamos na terceira geração dos aparelhos no Brasil. São

“O IDAL System é vacina intradérmica, inovação e eficácia, sem agulha.”



Delair Bolis

confeccionados na Alemanha, com exclusividade, e precisam de manutenção depois de 20 mil doses na própria granja. Com 100 mil doses, recolhemos para um reparo no centro de manutenção da LSC, em Vinhedo (SP)", conta Robson Gomes. O dispositivo possui sinal de Bluetooth ligado ao computador da criador. "É prevenção, menos doenças e antibióticos. Imunização correta dos rebanhos de suínos. Em 2019, queremos imunizar 2,5 milhões de suínos usando Idal", emendou Robson.

Para encerrar a jornada, depois das palestras, a MSD promoveu uma rodada de debates com Tiago Salomão, Coordenador da MSD no Paraná, estado de destaque na produção de carne suína do País, e com representantes de dois dos maiores clientes da empresa, a Agroeste Paraná e a Copacol. "Com o uso da tecnologia, vimos animais mais tranquilos, sem abscessos e acidentes com agulha. A Idal permite até dois mil animais diariamente vacinados, em três ou quatro granjas por dia, com apenas três pessoas. É muita eficiência", explicou Rodrigo Rosa, da Copacol (PR). "Conseguimos bons resultados no ajuste eletrônico da dose e da pressão. Sem falar das menores exigências de volumes de frascos a serem manejados e controlados nas geladeiras de armazenamento", acrescentou. "Conseguimos resposta com anticorpos bem mais robusta do que com a vacinação intramuscular. Os dados de nosso laboratório são claros. É o que temos de melhor em resposta imunológica", reforçou Rafael Frandoloso. 

MSD SAÚDE ANIMAL

- Presente em mais de 50 países
- Produtos disponíveis em 140 mercados
- Conhecida nos EUA e no Canadá como Merck Animal Health
- Proposta: levar ao mercado produtos que entregam mais saúde e desempenho aos animais TECNOLOGIA IDAL 3G TWIN
- Usada na aplicação das vacinas Porcilis PCV ID e Porcilis M1 ID0
- Dispositivo intradérmico livre de agulha
- Mais de 1.200 aplicações com apenas uma carga de bateria
- Aparelho possui sensor Bluetooth e de posição
- 500 mil aplicações sem nenhum problema
- Quase 250 milhões de animais vacinados nas principais enfermidades
- Em 2019, objetivo de imunizar 2,5 milhões de suínos no Brasil SERVIÇO IDAL
- Manutenção na própria granja depois de 20 mil doses
- Com 100 mil doses, reparo no centro de manutenção da LSC
- Oferecido em comodato ao criador
- Informações no site www.idal.com.br

Produzir suínos exige insumos rastreados e tecnológicos



Atenção com a sustentabilidade do negócio, qualidade da carne e os processos da cadeia produtiva. E manter negócios com fornecedores reconhecidos, que abastecem as granjas com insumos rastreados e tecnologicamente aprovados. Estes são os desafios da produção de carne suína no Brasil, debatidos durante a 6ª edição do 'Workshop & Bate-Papo' promovido em Campinas (SP) pela Associação Paulista dos Criadores de Suínos (APCS), o Consórcio Suíno Paulista (CSP) e a Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS).

Foram mais de cem participantes, entre gerentes, funcionários e proprietários de granjas; representantes da ABCS e profissionais de empresas ligadas ao setor. E a inédita jornada do Fórum Paulista do Agronegócio (FPA), criado neste ano e que envolve 38 entidades que trabalham na apresentação e aprovação de 73 projetos de lei, sobre embalagens, rotulagem e bem-estar animal. O estado possui o maior PIB (Produto Interno Bruto) do Agro Brasil (20% do total) e é líder nas exportações e produção de

itens como cana-de-açúcar, frutas, café e amendoim, dentre outros.

Prestigiaram o workshop Roberto Betancourt (diretor da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo – FIESP) e Arioaldo Zani, presidente e vice-presidente executivo do Sindicato Nacional da Indústria de Alimentação Animal (Sindirações); Ariel Antonio Mendes, diretor de relações institucionais da Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA); Francisco Jardim, ex-superintendente do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e ex-secretário da Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo; José Ovídio Sebastiani, presidente da Associação dos Estabelecimentos com SISP e Aderidos ao SISBI/POA (ASSEISISP); e Gustavo Melo Reis, do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

O Workshop contou com três palestras. O médico-veterinário e consultor Stefan Rohr tratou das "Boas Práticas de Fabricação". Iuri Machado, Presidente da Comissão Nacional de Aves e Suínos da

Confederação Nacional de Agricultura e Pecuária (CNA), falou sobre a "Gestão na Suinocultura com foco na sustentabilidade, uso racional de recursos, biossegurança e eficiência de produção e de custos". E Charlie Ludtke, Diretora Técnica da ABCS, abordou a "Aplicabilidade das boas práticas e bem-estar na suinocultura, fomentadas pelo MAPA".

"Temos aqui presentes 25 empresas ligadas ao segmento e 24 granjas de São Paulo. Isto só reforça o peso que nossa cadeia produtiva tem no agronegócio do estado e do Brasil", afirmou Valdomiro Ferreira Junior, presidente da APCS.

O workshop ainda mostrou a apresentação da Frente Parlamentar do Agronegócio Paulista (SPAGRO), capitaneada pelos deputados Itamar Borges e Fernando Cury, que foi criada em abril e conta com setenta dos 94 deputados estaduais. Encerrando o evento, um debate falou sobre diversos desafios, como ataques de javalis, realização de eventos no Brasil diante do surto de Peste Suína Africana (PSA) e caça legal de animais selvagens. **AR**

MG12 Panicum
PAREDÃO
DESDE 1948
MATSUDA
CULTIVAR PROTEGIDA

**É A CASA DO BOI,
E NÃO DA CIGARRINHA.**

**RESISTENTE
À CIGARRINHA**

**ALTA
PRODUÇÃO
DE FORRAGEM
MAIS CARNE
MAIS LEITE**

MATSUDA
www.matsuda.com.br

f /grupomatsuda (35) 3539 1800 / MG (18) 3226 2000 / SP

Lançamento ABICS APEX Brasil-São Paulo/SP



Com Aginaldo José de Lima, Diretor de Relações Institucionais da ABICS



Com Almirante Edervaldo Teixeira, Diretor de Gestão Corporativa da Apex Brasil.



Com Eliana Relvas, consultora da Associação Brasileira das Indústrias de Café Solúvel.



Com Marcos Murari, Diretor da Cocam, indústria de café solúvel do interior de São Paulo.



Com Paulo Skaf, presidente da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP).



Com Pedro Guimarães, Presidente da Associação Brasileira das Indústrias de Café Solúvel (ABICS).



Com Raquel Meirelles, Marketing da Nescafé.



Com Renato Figueiredo, Head de Estratégia e Planejamento do GAD.

Inspere Agro Global-São Paulo/SP



Guto Guiros, da Quiros Gourmet.



Marcos Lisboa, Presidente do Inspere.



Elizabeth Farina, Presidente da Tendências Consultoria.



Ricardo Santin, Diretor Executivo da ABPA.



Luiz Fernando Furlan, Elizabeth Farina, Marcos Jank, Senadora Ana Amélia e Roberto Rodrigues



Com Sergio De Zen, Presidente da FEALQ, Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz



Com a ex-senadora Ana Amélia.



Com Marcos Sawaya Jank, do Inspere

Gerar Corte 2019 Zoetis - Bonito/MS



Com Leonardo Vieira, Duetto Consultoria



Com Álvaro Fortunato, Personal Pec



Com Ocilon Filho, Gerente Técnico Zoetis



Com Fernando Aono, Assistente Técnico Zoetis



Com Alexandre Fernandes, Médico Veterinário Gerar



Com Luiz Carlos Louzada, Médico Veterinário



Com Wendell Nantes, MS Reprodução



Com Izaías Claro Jr., gerente do Programa Gerar



Com Caio Justi, palestrante no GERAR 2019



Com Carlos Vergilio, do Grupo GERAR CORTE



Com Daniel Biluca, da Zoetis



Com Delmiro Rodrigues, da Auracária Genética



Com Gabriel Crepaldi, da ST Repro



Com Humberto Rosa, da Select Sires



Com José Paulo Peron, da Zoetis

Seminário Nacional de Desenvolvimento da Suinocultura - Rio de Janeiro/RJ



Patricia Mendes e Rafael Monezi, do Pão de Açúcar.



Presença da equipe Grupo Publique.



Rubens Valentini, Ex-presidente da ABCS.



Flauri Migliavaca, Presidente da MigPlus.



Nelio Bilate, Palestrante.



Com André Rabelo, consultor



Com Décio Bruxel, da DB



Com Ernesto Fernandes, do Carrefour



Com Fernando Kimura, especialista em neuromarketing



Com Luis Rasquilha, da Inova Consulting



Com Marcelo Lopes, da ABCS



Com Stefan Mihailov, presidente da Trouw Nutrition



Com William Wack, jornalista



Com Alexandre Mendaça de Barros

PMA Fresh Conexions - São Paulo/SP



Com Cathy Burns, Presidente da PMA Association e seu intérprete Gustavo Scabello



Com Vinicius de Miranda Martins, Coordenador do Mapa



Com Rodrigo Pifano, da BASF



Jorge de Souza, Diretor Técnico da Abrafrutas



Manu Melotte, consultor da Conference



Luiza Tonin, da Labrounier



Paulo Koch, Diretor de Marketing da Sakata Seed Sudamerica



Heloise Dalcin, da Bomverdi Hortifruti



Valesca Oliveira, PMA Brasil



Carlos Sobrinho, Diretor Comercial da Smurfit Kappa



Com Francisco Salut, da Syngenta



Com Giampaolo Buso, da Paripassu



Com Marcelo Ferreira, da Mallmann



Com Nivaldo Oliveira, da Termotecnica



Com Patrick Leodux, da Actis

Congresso Brasileiro do Agronegócio - ABAG - São Paulo/SP



Com Guilherme Nolasco, do IMAC MT



Com Jacyr Costa Filho, COSAG



Com Frederico D'Ávila,
Deputado Estadual SP



Com Bartolomeu Braz, Presidente
da Aprosoja Brasil



Com Alexandre Harkali, do IBD



Com Cesar Costa, da BBM



Com Douglas Ribeiro, da Corteva



Com Geraldo Alonso



Com Francisco Camacho



Com Marcos Montes e Roberto Rodrigues



Com Sérgio Ricardo Segovia Barbosa,
Presidente da APEX Brasil



Com Santin, da ABPA, Roberto Betancourt, da FIESP Agro, Antônio Alvares, SNA, e
Dr. Evaristo Miranda, da Embrapa



Com Gilson Finkelsztain, da B3



Com João Rando - Diretor Presidente
do npEV



Com Celso Moretti, Presidente
da EMBRAPA



Maurício Cardoso de Moraes, Líder de
Agronegócio da PWC



Grande amigo e seguidor do Fala Carlião



Com Valéria Ribeiro, da ABAG Ribeirão



Com Luciana Martins Medeiros, da
MPrado Consultoria



Com Luciano Vacari, da ABRASS



Com Luiz Garcia, da Algar



Com Matheus Kfourri Marinho, da
Markestrat



Com Roberto França, Diretor de
Agronegócio do Bradesco



Com Ovidio Sebastiani, CowPig e José Alberto Menk, do Laticínio Menk



Com Marcelo Britto, Presidente do
Conselho da ABAG



Com Sergio Ribas, da SBC



Com Shun Nishimura, Presidente do
Conselho de Acionistas da Jacto.



Com a equipe de conteúdo do Grupo Publique e Walter Ferreira Jr, do Canal Rural

Congresso ANDAV - São Paulo/SP



Com Antônio Henrique Botelho Lima, Presidente do Conselho da ANDAV



Com Wanderson Rodrigues da Silva, da MPrado



Com Wilson Vaz de Araújo, do Mapa



Com Wladimir Chaga, Presidente da Brandt



Com diretores da Corteva



Com Gustavo Junqueira Diniz, secretário de Agricultura do Estado e São Paulo



Com Henrique Mazotini, Presidente Executivo da ANDAV



Sérgio Jardim, Presidente da Clarion, organizadora do evento



Marcelo Magurno, Presidente da FMC Brasil



Com Luciano Galera, Diretor da Ourofino Agrosciência



Com Paulo Tibúrcio, Diretor Executivo da Andav



Com José Alexandre Loyola, da R2M Consultoria e Capacitação



Com Leandro, gerente de Acesso ao Mercado da Syngenta



Com Marcelo Prado, da M Prado Consultoria



Com Gustavo Barbosa, da Luft



Com Pedro Calabrez, palestrante



Com André Savino, Diretor de Marketing da Syngenta



Com Arnaldo Jardim, Deputado Federal



Com Matheus Cónsoli, da Markestrat



Com Oswaldo Abud R. Filho, da Casa Fértil



Com Rafael Barsch e Aldo Assunção, diretores da Agroquima



Com Carlos Barbosa, do Siagri



Com Carlos Landerdahl e Lécio Silva, da Ubyfol



Com Douglas Ribeiro, da Corteva



Com Rafael Borba, da UPL do Brasil



Com Roberto Motta, da Agro Amazônia



Com Tiago Fischer, da Stracta Cosultoria



Com Vítor Raposo, da Rotam

Reunião no COSAG/FIESP - São Paulo/SP



Com Flávio Andreo, CEO da Bela Agrícola



Com Silvio Crestana, ex-Presidente da EMBRAPA



Com Yan Wanming, Embaixador da China no Brasil



Com Roberto Rodrigues, da FGV

Brasil afora



Com Dr. Randó, em São Paulo, recalcando atitudes em nome da Saúde.



Com Elizabeth Chagas, Vice-Presidente da Asbram, na sede da entidade, em São Paulo.



Com Fabio Escher, na sede da Trouw Nutrition Brasil, em Campinas (SP).



Com Guilherme Nastari, Diretor da Datagro.



Com Tiago Carmona, na sede da Virbac, em São Paulo.



Com o prefeito de Ribeirão Preto (SP), Duarte Nogueira.



Com Rodrigo Castejon, Vera, e Leonardo Brasil, Bruno Brasil e Alex, da AZShip.



Com Sergio De Zen e Nelson Sidnei Massola Júnior, na Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz



Na sede da Syngenta em São Paulo com Valdemar Fischer, Presidente da América Latina e André Savino, Diretor de Marketing Brasil da Companhia



Revendedor, fizemos um canal exclusivo para a sua revenda.

Inscreva-se no Canal AgroRevenda e receba nossas notificações!



Confira mais detalhes.

Canal AgroRevenda

O canal das vendas agropecuárias.



Expointer - Esteio/RS



Com Ariel Cappiello, da grife La Victoria



Com Carol Galli, da Labgard



Gedeão Pereira, Presidente da Farsul



Com Fernanda da Costa Silva, da Emater RS



Com Arthur Monassi, do Senepol da Barra



Com Carlos Godoy, gerente de Marketing da Biogénesis Bagó



Com Cattani, da Labgard



Com Esteban Turic, CEO da Biogénesis Bagó



Com Marcus Buso, da Ourofino



Com José Mario Schreiner, Presidente da FAEG



Com Mateus Soares da Rocha, do Mapa



Com Marcelo Frederico, pecuarista



Com Amaral, Silvio Queiroz e esposa



Com Fernanda Ambrosino, da Labgard



Com Humberto Moura, da Vetoquinol



Márcia Benevenuto e Ladislau Lancsarics Jr.



Com Donário Lopes de Almeida, da AgEvolution



Com Júlio Cargino, do Canal Rural



Com Andréa Verissimo, da Avelã Public Affairs



Com Jorge Espanha, da Vetoquinol



Com Lucas Matos, da Labgard



Com Chicão Gaia, consultor da Labgard



Márcia Benevenuto, Clarissa Lopes Peixoto e Pedro Monteiro Lopes, da Pitangueira



Com Clarice Schwartzman, a Churrasqueira



Com Leandro da Rosa, Parrilheiro e fisioterapeuta



Com Marcelo Bulman, da Biogénesis Bagó



Com Paulo Roberto Soeiro, Diretor Executivo Lallemand Animal Nutrition



Com Pedro Bacco, da Vetoquinol



Com Sebastian Perreta, diretor de Novos Negócios Corporativos da Biogénesis Bagó





Com Bruno Lima, Gerente Técnico da Virbac, Arthur Meletti, Gerente Regional da Virbac, e Jair Pancotte, sócio fundador da Basso Pancotte



Com Jorge Salaberry, empresário



Herton Lorenzoni e Stanislaw Figueira, da Ourofino



Com Levino Piai, revendedor parceiro da Vetoquinol & Clarion



Márcia Benevenuto e Aline Sacker, do Laboratório Raça



Márcia Benevenuto com Carol Galli, Gerente de Marketing da Labgard



Márcia Benevenuto com Humberto Moura, da Vetoquinol



Márcia Benevenuto com Fernanda Ambrosino, gerente de Linha Vet da Labgard



Márcia Benevenuto com Gilberto Camargo, manager da Bayer



Márcia Benevenuto com Pedro Bacco, diretor da Vetoquinol



Márcia Benevenuto com Carlos Godoy, diretor de Marketing da Biogénesis Bagó



Márcia Benevenuto e Rafael Andrade, da DSM



Márcia Benevenuto e José Paulo Peron, Diretor da Zoetis



Márcia Benevenuto e Thiago Habowsky, criador Crioulo



Márcia Benevenuto e Emerson Botelho, da MSD Saúde Animal



Márcia Benevenuto com Ricardo Moraes, Gerente de Equinos da Tortuga | DSM



Márcia Benevenuto com Fernanda Veleda, Marketing da Boehringer Ingelheim



Márcia Benevenuto com Marcelo Real, CEO da Real H



Márcia Benevenuto com Devy Howard, da Real H



Márcia Benevenuto com Caio Borges, consultor técnico da Bayer



Márcia Benevenuto com Gustavo Nogueira, Gerente de Vendas da Belgo



Márcia Benevenuto com Guilherme Vianna, Gerente de Produtos Agro da Belgo



Márcia Benevenuto com Jair Pancotte, da Basso Pancotte



Prateleira de cima do agronegócio.



Confira mais detalhes

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



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  DSM