

AR91 | Ano XVII

# AgroRevenda

A Plataforma Tudo da Distribuição Agro

GRUPO  
PÚBLIQUE  
PRESEÇA TOTAL NO AGRO

Adalberto Donizete Feliciani,  
Sócio-Presidente do Grupo Supremax

## CASA DA LAVOURA, DO GRUPO SUPREMAX.

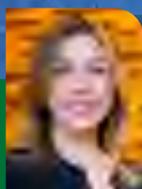
Crescimento acelerado que valoriza  
o Agro Brasil e o produtor rural



**Falando de Bichos**  
O mercado Pet no  
Brasil e no mundo



**Entrevista**  
Aldo Rebelo, o Pai  
do Código Florestal



**Atualidades**  
Malu Nachreiner,  
Presidente da Bayer



**AgroCoopeRativas**  
O melhor das  
cooperativas brasileiras

# N O S S A M I S S ã O

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



**OBJETIVOS**  
DE DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL



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

Acesse o nosso site e saiba mais!



    /sumitomochemicalbrasil

[www.sumitomochemical.com](http://www.sumitomochemical.com)



GER

MAIS DE 9 MILHÕES DE DADOS  
COMPROVADOS REPRESENTAM  
MAIOR SEGURANÇA NA IATF.

g	e	r	a	r	corte
g	e	r	a	r	Faz
g	e	r	a	r	Diferença
g	e	r	a	r	Fazer
g	e	r	a	r	Parte





**O trabalho técnico, as análises de dados e os estudos do Grupo GERAR fazem toda diferença nos resultados de IATF.**

**Quer conferir todos esses dados e os melhores protocolos para cada caso?**

**MIRE A CÂMERA  
E SAIBA MAIS.**



**ZOETIS.COM.BR/GERAR**

**zoetis**



CAIRO RODRIGUES / PUBLIQUE BANCO DE IMAGENS

Olá!

2021 vai embora.

Há vida nova em 2022.

O Agronegócio Brasil plantou, colheu, produziu, investiu, sofreu, comercializou.

E fez diferença, novamente, no Produto Interno Bruto do país.

Pela frente, temos juros, inflação, eleições, custos, crise de água e energia.

E trabalho dobrado para levar ao mundo alimento, saúde e conforto.

A Plataforma AgroRevenda deseja felicidade, ponderação e inteligência a todos.

Viveremos melhor se cuidarmos de quem está à nossa volta.

Boa leitura!

**Riba Velasco**  
EDITOR

## AgroRevenda

A Plataforma de Informação do Setor

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

**EDITOR:** Riba Velasco | MTb 2.368

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

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

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

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

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

**AGRO DIRETORA DE VENDAS:** Viviane Romão  
viviane@publique.com  
(11) 9.4521.4027

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

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

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

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

**AGRO GESTORA DE REDES SOCIAIS:** Bárbara Rosa  
barbara@publique.com  
(65) 9.9957.2024

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

**AGRO DIRETORES DE ARTE:** Lavinia Carvalho  
lavinia@publique.com  
(34) 9.9873.0505

Sabrina Costa  
sabrina@publique.com  
(16) 9.9143.9019

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

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

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

**AGRO EDITOR DE PODCAST:** Éder Inácio  
eder@publique.com  
(11) 9.9308.1922

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

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

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

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

**AGRO ESTAGIÁRIA:** Antônia Benevenuto  
antonia@publique.com  
(34) 9.9861.0005

**IMPRESSÃO:** Gráfica 1000 Cores

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

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

[www.agrovevenda.com.br](http://www.agrovevenda.com.br)

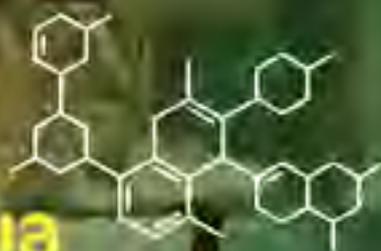


**PRESIDENTE E FUNDADOR:** Carlos Alberto da Silva

[www.publique.com](http://www.publique.com)



Cansado de testar?  
Não se preocupe,  
aqui a gente continua  
testando por você.



aponte a câmera  
do seu celular  
para saber mais

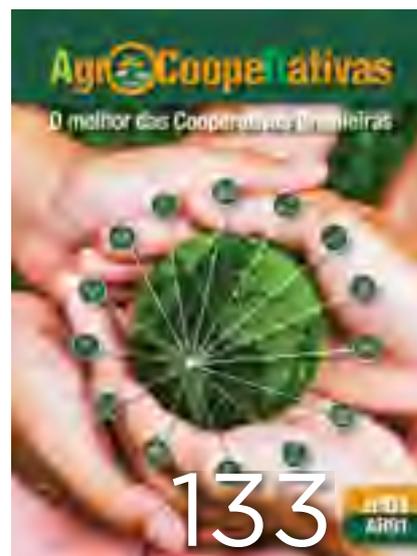


Testamos incansavelmente  
todas as nossas soluções  
nos mínimos detalhes  
com análise frequente  
de resultados, garantimos  
a você que nossos biológicos  
proporcionam maior eficiência,  
segurança e produtividade  
que o campo precisa.



Soluções biológicas  
inteligentes para o agro

SOLUÇÕES  
BIOLÓGICAS



<b>entrevista</b> .....	<b>10</b>	<b>inovação</b> .....	<b>129</b>
Aldo Rebelo, o Pai do Código Florestal do Brasil		Noticiário Tortuga no Canal do Boi	
<b>capa</b> .....	<b>18</b>	<b>comercialização</b> .....	<b>130</b>
Casa da Lavoura, do Grupo Supremax		AgBiTech entra no marketplace da Agrofy	
<b>agro mulheres</b> .....	<b>68</b>	<b>AgroCooperativas</b> .....	<b>133</b>
Mulheres no agronegócio!		O melhor das cooperativas brasileiras	
<b>carbono</b> .....	<b>70</b>	<b>atualidades</b> .....	<b>175</b>
UPL lança 'Gigaton Challenge'		FMC valoriza cana-de-açúcar	
<b>tecnologia</b> .....	<b>74</b>	<b>espaço Vetoquinol</b> .....	<b>180</b>
Dechra Brasil é certificada GPTW!		Associação de antimicrobiano com anti-inflamatório	
<b>distribuição</b> .....	<b>76</b>	<b>markestrat   liderança</b> .....	<b>182</b>
AgroGalaxy compra Agrocat Distribuidora		Não basta treinar a equipe. É necessário desenvolver Líderes!	
<b>especial   distribuição</b> .....	<b>82</b>	<b>markestrat   negócios</b> .....	<b>186</b>
Que Distribuição é essa?		Perspectivas para a Safra 2021   2022	
<b>perspectivas</b> .....	<b>86</b>	<b>markestrat   opinião</b> .....	<b>188</b>
Perspectivas 2022, 2023, 2024...2050!		Energia, escassez de insumos e a safra	
<b>panorama 2030</b> .....	<b>92</b>	<b>espaço ANDAV</b> .....	<b>192</b>
Agro Brasil mira China 2030		Conexão Andav e o Distribuidor	
<b>futuro</b> .....	<b>99</b>	<b>prateleira</b> .....	<b>198</b>
O futuro da agricultura é de baixo carbono e sustentável!		Lançamentos de produtos	
<b>Espaço CropLife</b> .....	<b>100</b>	<b>coluna Renato Seraphim</b> .....	<b>202</b>
Insumos agrícolas ilegais: um risco para toda a sociedade		Waku Waku	
<b>business</b> .....	<b>102</b>	<b>agroquímicos</b> .....	<b>204</b>
Executivos, empresas e grandes negócios no agro		Avanços no registro de agroquímico	
<b>Falando de Bichos</b> .....	<b>107</b>	<b>insumos</b> .....	<b>206</b>
Tudo de Pet. Tudo de Bom.		Alimentação Animal cresce 5,2%	
<b>gestão</b> .....	<b>123</b>	<b>o que vem na próxima AgroRevenda</b> .....	<b>210</b>
De portas abertas para uma gestão de sucesso!		A Casa do Adubo e seus 85 anos de história	
<b>esg</b> .....	<b>124</b>		
Brasil e União Europeia			

A gente planta  
o **futuro** para colher  
o **desenvolvimento**  
no campo!



O Essere Group atua nos segmentos de: Defensivos biológicos, nutrição complementar especializada, bioestimulação, tecnologia de aplicação, saúde de plantas e fertilizantes NPKs inteligentes.

**Somos todos agro. Somos todos resultado. Somos todos Essere.**

bionat

Kimberly

Loyder

  
**ESSERE**  
GROUP

entrevista

**Aldo Rebelo**



# O Pai do Código Florestal do Brasil!

“Não devemos hostilizar o mundo rural”

Riba Velasco

José Aldo Rebelo Figueiredo é um autêntico brasileiro, do pé ao último fio de cabelo. Para o bem e para o mal. Um resumo do mosaico das mazelas, incongruências e consistências que ergueram uma nação contemporânea de apenas 522 anos. Filho de vaqueiro, nasceu em Viçosa, Alagoas, um estado miserável, constituído de gente batalhadora, praias maravilhosas e políticos corruptos. Terra de Teotônio Vilela, côcos, Graciliano Ramos, Fernando Collor, palmeiras, Renan Calheiros, analfabetos e cana de açúcar. Nosso personagem já presidiu a União Nacional dos Estudantes (UNE), mas não tem diploma algum. Diz que trabalhou como jornalista na capital paulista, mas nunca fez o curso. Entrou na faculdade de direito, mas não completou. Mesmo assim, escreveu cinco livros, de assuntos diversos. Sobre futebol, índios e relações exteriores. Foi morar em São Paulo, virou vereador em 1989, deputado federal dois anos depois, líder do Partido Comunista do Brasil (PCB). Foi eleito para a Câmara Federal seis vezes, presidiu a casa e agarrou-se a como nunca ao Presidente Luis Ignácio da Silva, condenado e preso posteriormente por corrupção, e à Dilma Rousseff, destituída do cargo por desrespeitar a Lei de Responsabilidade Fiscal. Com eles, ocupou inúmeros cargos. Foi ministro dos Esportes durante a Copa do Mundo, época de intensa denúncia de gastos abusivos e superfaturados na construção de estádios em várias capitais brasileiras.

“Temos problemas, erros e deformações. Isso ocorre no mundo urbano também, no mundo inteiro. Devemos olhar para o mundo rural que deu certo e é positivo para a sociedade.”

Ministro da Ciência, Tecnologia e Inovação. E ministro da Defesa.

Foi autor de projetos estrambóticos, como o que condenava o uso de palavras estrangeiras na Língua Portuguesa, a adoção de recursos de automação poupadores de mão de obra no serviço público, a instalação de bombas de autosserviço nos postos de combustíveis, além da lei que declarou o dia 20 de novembro como data Nacional de Zumbi dos Palmares, o criador do maior quilombo do país e, ao mesmo tempo, apesar de negro, senhor e dono de pelos menos dois mil escravos. E mais. Tentou emplacar projeto que obrigava o uso de farinha de mandioca em todos os pães feitos pelas padarias do país. E outro, que

instituíria o Dia Nacional do Saci Pererê. Mas nosso país e o nosso entrevistado são ricos em surpreender. E Aldo Rebelo acabou sendo um dos principais articulistas e relator do novo Código Florestal Brasileiro, só aprovado pela ex-presidente Dilma com vetos. Acabou sendo insultado pelos companheiros e amigos ambientalistas. Saiu do PCdoB, passou para o PSB. Com curta vida no Solidariedade, de onde debandou em 2019. Tentou disputar a Presidência da República, mas foi limado. Agora, quer tentar novamente.

Ninguém pode negar a obsessão de Aldo por conhecer a história do Brasil, resumida agora em novo livro que está lançando, chamado ‘Quinto Movimento’. É um político que tenta vislumbrar

soluções para o Brasil, desta vez, fora da agenda reducionista dos radicais. E sempre com sobriedade, educação e proatividade. A Plataforma Agrovevenda encontrou o ex-ministro em duas oportunidades. Em uma entrevista para o programa 'Domingão do Carlão', veiculado no Canal do Boi, e no evento anual do Lide. Uma sugestão. Vale a pena ouvir as opiniões dele. Acompanhe.

**AgroRevenda** - Como é nascer em Alagoas do Brasil?

**Aldo Rebelo** - Nasci na zona rural do interior do estado. Minha família é muito antiga, chegou àquela região há mais de duzentos anos. Meu pai e minha mãe trabalhavam no campo e fui alfabetizado na roça. Meu pai morreu cedo, minha mãe ainda vive lá, com outros parentes meus. Depois de um tempo, fui estudar em uma escola técnica rural, entrei na Universidade Federal do Estado. Na sequência, mudei para São Paulo, por causa do movimento estudantil, capital onde também atuei como jornalista.

**AgroRevenda** - Como um homem nascido no campo explica a dificuldade do Brasil para implementar o Código Florestal?

**Aldo Rebelo** - O problema é que para aprovarmos o Código tivemos que combinar proteção do meio ambiente com segurança jurídica dos agricultores. Na época, o presidente da república precisava, por decreto, suspender a entrada em vigor de uma lei que vinha de uma Medida Provisória que colocava na ilegalidade 90% dos produtores brasileiros. No Pantanal, nos morros, nas várzeas, etc. No Código, de fato, há uma imposição muito forte aos agricultores. Eles precisam renunciar a muita coisa, porém não entraram na justiça contra o código, ao contrário do Ministério Público dos Estados e as Ong's. Que desejavam a proteção do meio ambiente, mas

sem a garantia dos produtores. O Ministério Público funciona como braço jurídico das Ong's e quis anular as conquistas do pessoal do campo. Logo, a segurança jurídica é a principal dificuldade. Os opositores reconhecem que o Código protege o meio ambiente, mas contestam a conquista dos empreendedores rurais.

**AgroRevenda** - Como foi essa luta?

Eles entraram no Supremo Tribunal Federal. Mas lutei muito para defender a Lei e vencemos por apenas um voto, 6 a 5. Imagine. Foi uma incompreensão muito grande do Judiciário, que é uma casa essencialmente urbana e não reconheceu o Brasil rural, profundo. Por isso não legisla, desconhece o país agrícola que somos.

**AgroRevenda** - O que é a agricultura do Brasil?

**Aldo Rebelo** - É parte da formação do nosso País, da identidade e história do Brasil. Quando eu estudava no Curso Primário, aprendi que os ciclos começaram com Pau Brasil, a cana de açúcar, o gado, o ouro, o café, o algodão. Tudo ligado ao campo. Nossa literatura trata de homens do campo, sertanejos, jagunços, matutos, caipiras. As músicas de Tonico e Tinoco, Luís Gonzaga, o erudito Villa Lobos e o seu genial 'Trenzinho Caipira', nossa culinária, a gastronomia de alta classe, nosso folclore. Tudo. Nosso idioma, os sotaques diversos, veio do campo. É um setor que precisa ser reconhecido e valorizado. Não devemos hostilizar o mundo rural. Sempre ligando a fazenda com o trabalho escravo, as queimadas, o desmatamento, etc. Temos problemas, erros e deformações. Isso ocorre no mundo urbano também, no mundo inteiro. Devemos olhar para o mundo rural que deu certo e é positivo para a sociedade.

**AgroRevenda** - Como o senhor vê o Agronegócio brasileiro?

**Aldo Rebelo** - Somos um grande protagonista internacional na Agricultura e Pecuária. E a própria ONU reconhece o papel do nosso país como fundamental para alimentar a população mundial porque temos tecnologia e profissionais competentes. Com agroindústrias vibrantes, exportações crescentes.

**AgroRevenda** - Então, o que ocorre com a nossa imagem internacional?

**Aldo Rebelo** - Vivemos um paradoxo da imagem do Brasil no mundo. O Código Florestal é a legislação mais avançada do planeta no setor. As populações indígenas já possuem 14% do nosso território, mais do que França e Alemanha juntas, área superior a que usamos para fazer nossa agricultura e uma safra agrícola de mais de 250 milhões de toneladas. Por outro lado, somos réus diante do mundo quando a questão se refere à Amazônia. E, na verdade, deveríamos ser reconhecidos como o país que preservou a maior floresta tropical do planeta. E que precisa combater as invasões e queimadas ilegais. O Brasil precisa explicar a Amazônia primeiramente para os brasileiros. Criar um inventário, um anuário sobre a área verde, a biodiversidade, a água, fauna, as nações indígenas, riquezas minerais. Junto com as universidades, as ONG's sérias, os institutos de pesquisa. Levar as pessoas até lá. Ouvir a Amazônia. E quem deve liderar esse processo é o Governo Federal.

**AgroRevenda** - O senhor defende a mineração naquela região?

**Aldo Rebelo** - Logicamente que sim. Aquelas riquezas minerais que estão debaixo das terras indígenas precisam ser aproveitadas, utilizadas com responsabilidade social, ambiental, em proveito do Brasil. Com tudo fiscalizado, controlado, protegido ambientalmente.

Minas, potássio, diamante, ouro. Não dá para ter uma riqueza destas ao lado de uma população tão pobre e desassistida. Desenvolver a atividade mineadora com espírito científico, baseado em dados, sem temor.

**AgroRevenda** - Qual a principal falha do Presidente da República nessa área?

**Aldo Rebelo** - É que ele não fala pelo País, e sim como chefe de uma facção ideológica, uma facção política. Não podemos permitir que o mundo trate o Brasil como um pária. Sempre fomos uma importante área de fronteira agrícola, com agricultores experientes, tecnologia. Muitos países modificaram os contratos de fornecimento de alimentos, tirando dos Estados Unidos e da Europa, confiando no Brasil e na Argentina. E estamos perdendo esse status. Hoje, somos um país em conflito com os vizinhos, sem aliados. Nossa política externa não é de Estado e sim ideológica. Essa nunca foi a nossa política externa. O 'poder suave' do Brasil sempre foi a sua imagem, sua diplomacia. Até o ditador João Baptista Figueiredo fez pronunciamento histórico na Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU). O ditador Ernesto Geisel reatou relações diplomáticas com a China, quando o gigante vermelho nem tinha uma economia poderosa como tem hoje. E o atual presidente cria encrenca com nosso principal parceiro comercial. Não tem explicação. Essa não é a tradição brasileira.

**AgroRevenda** - Como podemos ser prejudicados?

**Aldo Rebelo** - Nossa imagem não pode comprometer interesses nacionais legítimos. Um Governo tem relações de Estado. Veja, não interessa se a América vai ser governada pelo Partido Republicano ou Democrata. O mesmo na Argentina ou qualquer outra nação. Não é simpatia ideológica. Isso cria

## “ O O Brasil precisa recuperar a sua tradição diplomática. Nossa imagem continua sendo um paradoxo.”

uma situação de isolamento. Tivemos confronto até pessoais com Dinamarca, Noruega, Alemanha, França. O que vamos fazer? Meu problema não é pensar em 2022 e sim em 2023. O que teremos lá se seguirmos essa rota?

**AgroRevenda** - Como devemos agir, então?

**Aldo Rebelo** - O Brasil precisa recuperar a sua tradição diplomática. Nossa imagem continua sendo um paradoxo. Somos admirados e, ao mesmo tempo, um destino importante de investimentos. Mas nosso comportamento está estimulando essas potencialidades ou inibindo? Geramos insegurança. E as advertências estão por aí, com vários clientes do nosso país. E é preocupante porque contrato de fornecimento de alimentos é de longo prazo, exige planejamento, cálculos, programação. Precisamos de um governo de interesse nacional e não individual. Os interesses pessoais são legítimos, mas é necessário separar crenças, interesses e anseios de uma nação.

**AgroRevenda** - Mas os líderes políticos estrangeiros também não são violentos contra Jair Bolsonaro?

**Aldo Rebelo** - Sim. Mas vi, em vários casos, ele até ser defendido por diplomatas, como o da China. O que não dá é para ficarmos com hostilidades permanentes. Precisamos impor força

geopolítica, principalmente na agropecuária. Entretanto, a tradição de nossa diplomacia é a de José Bonifácio, Oswaldo Aranha, Azeredo da Silveira, entre outros. Essa tradição é que pesa e precisa ser recuperada.

**AgroRevenda** - O que é o livro 'O quinto movimento'?

**Aldo Rebelo** - Chamo de quinto movimento porque vejo quatro outros grandes movimentos na construção do País. O primeiro foi a formação do território, o chão da nossa casa. Como nos tornamos um continente. O segundo é como se deu a independência do Brasil, sem virarmos cinco ou seis países como ocorreu com várias nações na América do Sul. Conseguimos ficar unidos. O terceiro é como consolidamos essa união. Tivemos guerras civis, o Rio Grande do Sul proclamou uma república, Pernambuco declarou independência do Brasil, montando a República do Equador. Isso tudo ameaçou a unidade do país, mas superamos. O quarto é a República, de Deodoro da Fonseca, Floriano Peixoto, Juscelino Kubitschek, até os dias atuais. A industrialização, modernização, grande produção agrícola. E o quinto movimento. Estamos numa desorientação, uma agenda da guerra cultural, sem preocupação com o país. O quinto movimento é a retomada do processo de construção do Brasil, combate às desigualdades, va-



lorização da democracia. Escrevo sobre índios, Amazônia, mulheres, economia. Tudo presente em 21 capítulos.

**AgroRevenda** - O senhor é candidato novamente à presidência da república?

**Aldo Rebelo** - Eu fui provocado por amigos a lançar uma pré-candidatura. Exatamente por causa deste livro. Ele é a coletânea de minhas experiências, vivências, o que aprendi nos bancos escolares, o amor e respeito que cultivei pelo Brasil. E minha jornada como deputado, ministro e integrante da UNE. Tudo isso me deu uma visão de Brasil que desejo dividir. E meus vários amigos, de todas as áreas, disseram que não combinam com a agenda do PT e nem do atual governo. E sim com a agenda da reconstrução do Brasil.

**AgroRevenda** - Falta patriotismo ao brasileiro?

**Aldo Rebelo** - Sim. Aprendi isso nos bancos escolares, fazendo redações sobre Tamandaré, Pedro Alvares Cabral. Aprendi a admirar o Brasil, nossa história e os nossos antepassados. Somos um continente, em paz com os vizinhos. Uma nação desigual, mas próspera. Infelizmente, hoje vemos um grande despreço pelo país. Gente que acha Miami melhor do que o Brasil. Que o Presidente Biden (Estados Unidos) precisa dirigir o Brasil. É gente sem amor, sem respeito a nossa história.

**AgroRevenda** - Qual o papel das Forças Armadas nessa reconstrução de Brasil?

**Aldo Rebelo** - É um realismo romântico. E todo país precisa sonhar. Veja um exemplo. Os maiores produtores de diamante do mundo são os países africanos e a Rússia. O Brasil é um produtor insignificante. Mas tem a maior província de diamante do mundo, em Rondônia, terra indígena, reserva, no município de Espigão do Oeste. Está lá, desativada, sem operação. Dormindo debaixo da terra indígena 15 bilhões de reais, 3 bilhões de dólares anuais de receita em diamantes, que poderiam estar a serviço das populações indígenas, dos caboclos, dos municípios, gerando divisas para o Brasil porque é propriedade da União. Mas não conseguimos regulamentar a mineração em terra indígena. A Amazônia tem ouro, potássio para a Agricultura e muito mais. Precisamos de uma nova marcha para o Oeste. Depois dos Bandeirantes, seringueiros, Presidente Vargas e Juscelino, dos militares. Agora, temos que chegar ao Pacífico, ao Chile, ao Peru, à Ásia, investir em ferrovias transoceânicas, hidrovias e rodovias que nos ligue ao Oceano Pacífico. Mas optamos por uma guerra de facções. Precisamos nos unir, como nossos antepassados fizeram. E o papel dos militares é importante desde que deixem a política para os políticos. Os militares podem ajudar muito com infraestrutura, defendendo as fronteiras, usando ciência, tecnologia, o conhecimento adquirido na área social com nordestinos, ribeirinhos, indígenas.

**AgroRevenda** - Como combater a desigualdade, que cresceu demais com a pandemia?

**Aldo Rebelo** - Primeiro, tem que retomar o crescimento, criar empregos. Atentar para a pobreza extrema. Parte da população está à margem da saú-

de, da alimentação, do acesso até a uma dentição minimamente saudável. Segundo, melhorando a educação, principalmente a pública. Assim, você nivela as crianças independentemente da origem social.

**AgroRevenda** - Há risco para a democracia brasileira?

**Aldo Rebelo** - Penso que não. Ninguém vai aceitar uma ditadura. Estamos condenados a viver numa democracia. Mas perdemos uma energia brutal com tanto confronto e exageros. O Judiciário, por exemplo, impediu que presidentes nomeassem ministros e até delegado de polícia. E parte da sociedade defende. Ora contra Bolsonaro, Temer ou Dilma. As decisões precisam ser certas contra qualquer governo. Os poderes precisam funcionar em qualquer ambiente político. Não vai causar ruptura, mas cria um ambiente ruim, desnecessário, principalmente quando temos tantas tarefas complexas a cumprir.

**AgroRevenda** - Qual o papel da mulher no Agro, no Brasil?

**Aldo Rebelo** - Tenho um capítulo dedicado exclusivamente às mulheres em meu livro. E cito que, quando o Brasil foi dividido em Capitânias Hereditárias, as duas capitânias que deram bem certo foram comandadas por mulheres, em São Vicente e Pernambuco. A administradora de São Paulo foi considerada madrinha da pecuária brasileira, pois trouxe a primeira amostra de gado bovino de Cabo Verde. E muitas outras, ao longo desses 500 anos, na Ciência, Educação, História, etc. E temos exemplos atuais, como a Ministra Tereza Cristina e a presidente da Sociedade Rural Brasileira, Teka Vendramini. Conheço as duas. E elas fazem um excelente trabalho. São lideranças ponderadas e competentes. Mulher e homem. Juntos, trabalhando pelo Brasil.

AR



# Acerte no alvo com Reconil

## O Protetor Multissítio da Albaugh



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

f i o in @albaughbrasil  
albaughbrasil.com.br/



capa





# Casa da Lavoura, do Grupo Supremax, é agro total no Brasil

Rede de revendas de insumos agropecuários avança sem parar no Norte e Centro-Oeste e persegue o primeiro bilhão de reais em faturamento

Riba Velasco

Qual a melhor maneira de contar uma história de mais de quatro décadas de estudo e trabalho árduo, pioneiro e vencedor? Que começou no interior de São Paulo e marcou época na Região Norte, fronteira com a Bolívia, único estado brasileiro cujo nome homenageia uma figura histórica nacional, o Marechal Rondon, que desbravou a localidade no início dos anos 1900? Basta iniciar falando de um visionário chamado Adalberto Donizete Feliciani, neto de imigrantes italianos da região da Úmbria que chegaram jovens a Santa Rosa do Viterbo (SP), na região de Ribeirão Preto, interior do estado de São Paulo. Tempos depois, o pai e a mãe de nosso personagem já trabalhavam como meeiros em lavouras de café, nos arredores de Valparaíso (SP). ...

“Temos uma meta definida: faturar um bilhão de reais!”

**Adalberto Donizete Feliciani,**  
Sócio-Presidente do Grupo Supremax





Ganharam um dinheirinho e conseguiram comprar uma terra em Lavínia, onde acabou nascendo nosso desbravador. Aos 19 anos, cheio de energia e com um diploma de Técnico Agrícola na mão, Adalberto foi ganhar a vida no 'nortão'. O ex-território de Rondônia (assim como Acre, Roraima e Fernando de Noronha) tinha acabado de se tornar um estado e foi marcado por uma distribuição de terras bem planejada, com as áreas localizadas uma ao lado da outra, o que facilitava a logística de transporte de equipamentos, safras, produtos e pessoas. "Foi uma colonização bem pensada. As estradas, conhecidas por aqui como linhas, foram organizadas para que todas os lotes tivessem acesso à estrada principal, sem a necessidade de passar pela propriedade de terceiros, facilitando o acesso para abastecimento e demais necessidades", recorda Adalberto. E a região acabou recebendo uma leva de migrantes de diversos estados. Adalberto começou a lidar com o Agronegócio. "Comecei a trabalhar como funcionário em uma loja em Ouro Preto d'Oeste. Um trabalho com muita dificuldade, sem recursos, nós vendíamos durante o dia e a entrega se dava também na madrugada e no dia seguinte, começávamos de novo. Mas tudo deu certo, aprendemos muito, fizemos grandes amizades, fomos bem-sucedidos e crescemos bastante", lembra. Foi assim que nasceu a 'Casa da

Lavoura', uma rede de lojas de produtos agropecuários, máquinas e implementos agrícolas. 25 anos depois de chegar de São Paulo, resolveu que era hora de buscar novos desafios. "Foi em janeiro de 2008. Seguimos com outros sócios em uma nova etapa, com apenas uma Casa da Lavoura, em Jarú (RO), e uma unidade fabril de nutrição animal, na cidade de Tangará da Serra (MT). E crescemos. Criamos um novo Grupo e uma nova marca, a Supremax Nutrição Animal, corporação que tem orgulho de fazer parte do Agro e contribuir para o crescimento sustentável do Brasil. "Ainda em 2008, unimos forças com a Casa da Lavoura de Porto Velho e compramos uma empresa em Pimenta Bueno, iniciando nosso processo de expansão. Oferecemos produtos e equipamentos necessários para as atividades da pecuária e agricultura. E todo o apoio técnico necessário para que o produtor rural desenvolva sua atividade com melhor qualidade, alta performance e segurança de bons resultados", enfatiza. Ao lado de Adalberto, os amigos e sócios Antônio Rogério, Arcenio Domene, Felix Peretti, Gustavo Mattos, Jean Sague, Paulo Feliciani, Roni Dallarmi, Sandro Ramos, Valdir Perin, Valmir Paes e Vitor de Oliveira expandiram a área de atuação, fincaram novas raízes no Acre e no Amazonas. E chegam ao fim de 2021 com 39 pontos de venda, entre lojas e escritórios, duas unidades de nutrição animal, além de lojas parceiras para a distribuição dos produtos da marca Supremax Nutrição Animal. Sem falar na criação de uma loja on-line. São quase 900 colaboradores, mais de 100.000 clientes ativos, prêmios de destaque nacional e internacional, faturamento consolidado de R\$ 536 milhões em 2020 e previsão de R\$ 900 milhões para este ano. Um sucesso que ajudou a firmar a tradição de chamar o estado de 'a terra do capim alto e de carne bovina de gosto incomparável'. "É um negócio grande, com participação

de várias pessoas. Uma empresa de vários donos. Todos eles já foram funcionários. É uma empresa que sempre deu oportunidade de o colaborador crescer e também virar dono, gostamos de crescer em conjunto. E estamos trabalhando para crescer ainda mais. Em uma velocidade surpreendente. Nosso objetivo é alimentar o mundo aumentando a produtividade e a riqueza dos produtores e das propriedades rurais, fornecendo as melhores, mais adequadas e inovadoras soluções do mercado. Tem muita coisa para vir pela frente", Adalberto analisa entusiasmado.

Para isso, além de produção própria na nutrição animal, o Grupo conta com a parceria de fornecedores de categoria nacional e internacional, e destaque para marcas consagradas, como Supremax, UPL, Syngenta, Sumitomo, Chemical, Monsanto, LG Sementes, Virbac, Belgo Bekaert, Corteva, Oro Agri, Germibrás, Zoetis, MSD, Jacto, Husqvarna, Fertilize, JF Máquinas, ZM Bombas, Baldan, Maqtron, Branco e Vence Tudo. Tudo para atender os clientes diferentes espalhados pelos quatro estados do N e CO. Pequenos produtores principalmente, clientes pecuaristas de corte e leite, e parte da agricultura em Rondônia. E propriedades maiores no Cone Sul. Assim como em Mato Grosso e no Acre. "Oferecemos tudo o que é necessário para o plantio de forragens. Da semente aos implementos agrícolas. Nosso carro-chefe é a Pecuária de Corte e Leite. Temos aqui uma carne diferente, que vem do boi de capim suplementado com proteinado para intensificar a engorda. É outro sabor e o animal encorpa bem mais. Somos duplamente abençoados nesta região. Intensificar o boi tendo forragem é como empurrar bêbado ladeira abaixo", brinca Paulo Feliciani. Mas a história de Adalberto e dos sócios é bem séria e está só esquentando, para marcar presença no Agro do Brasil.

# Adalberto Donizete Feliciani

Técnico agrícola formado em Dracena (SP), natural de Lavínia (SP), 57 anos, casado com Eusineia Feliciani e pai de 3 filhos.

**AgroRevenda** - O que mais o marcou ao erguer o negócio no Norte do Brasil?

**Adalberto Donizete Feliciani** - Eu sou de uma família muito simples, que passou por bastante dificuldade. Quando eu estudava na Escola Agrícola, ouvia falar de um estado novo no País, no Norte, que estava recebendo muitas pessoas interessadas em trabalhar e vencer na vida. A minha trajetória foi de trabalho duro e dedicação. Na década de 1980, o estado era cru, mas iniciou uma fase de prosperidade e desenvolvimento, e conseguimos crescer junto com Rondônia. A vida da gente vai mudando, mas esse é o sentimento que fica.

**AgroRevenda** - O que queria quando chegou a Rondônia?

**Adalberto Donizete Feliciani** - Eu queria ser uma pessoa independente, conquistar minhas coisas, com o meu próprio trabalho. E vim para Rondônia para não voltar. Independente do que acontecesse. Eu sempre soube que não é fácil conquistar as coisas. Tive que fazer muita economia naquela época. Mas deu tudo certo.

**AgroRevenda** - Como foi a virada empresarial, em 2008, e o início do Grupo Supremax?

**Adalberto Donizete Feliciani** - Foi uma espécie de recomeço. Nós enxergamos a possibilidade de atuar com um grupo muito unido, de parceiros mesmo, para crescer juntos. E dentro de uma proposta moderna, com uma marca nova e investimentos em tecnologias inovadoras de produção, distribuição, vendas e processos digitais.

**AgroRevenda** - Como é trabalhar ao lado de vários sócios?

**Adalberto Donizete Feliciani** - É muito saudável e produtivo. A gente aprende com a experiência dos anos e consegue enxergar as pessoas solidárias, parceiras, que atuam ao seu lado por melhores resultados. Em nossa empresa, o sócio é sócio, independentemente do capital investido na empresa. E temos colhido sucesso e crescimento com respeito, valorizando o que sabem e fazem em prol da organização.

**AgroRevenda** - E a atuação desde março do ano passado, com a pandemia, mudou muito?

**Adalberto Donizete Feliciani** - Logicamente, como em todo o mundo, ficamos apreensivos. Mas permanecemos ao lado dos pecuaristas e agricultores, aqueles que realmente levam alimentos à mesa do brasileiro. Seguindo todas as recomendações dos especialistas em saúde. E preservando o trabalho e a segurança das equipes. E, no negócio do Agro, os resultados ficaram ainda melhores. Superamos as expectativas em 2020 e vamos fazê-lo novamente agora, no fechamento de 2021.

**AgroRevenda** - Como enxerga o futuro da empresa?

**Adalberto Donizete Feliciani** - Temos uma meta definida. Faturar um bilhão de reais. E estamos trabalhando forte para alcançar esse objetivo. Crescer, ajudar as equipes e os produtores rurais nos quatro estados. E, muito em breve, nos demais estados do Brasil.

## Lojas e Escritórios



**Jarú (RO)**

Fundação: 10/02/1983



**Tangará da Serra (MT)**

Fundação: 23/09/2000



**Pimenta Bueno (RO)**

Fundação: 02/05/2002



**Vilhena (RO)**

Fundação: 08/07/2008



**Espigão D'Oeste (RO)**

Fundação: 31/10/2008





A Supremax Nutrição Animal tem em seu DNA a genuína parceria com as lojas Casa da Lavoura, nascida de uma visão destemida e empreendedora do Grupo Supremax, motivados pela busca de excelência nos resultados, frutos dos crescentes e planejados investimentos, que impulsiona nosso trabalho a cada dia.

A linha de produtos Supremax é desenvolvida com base em pesquisas que vão de encontro com as necessidades do rebanho, por meio de seus produtos e de sua consultoria técnica garantem lucratividade para o produtor. As indústrias em expansão gradativa, aliada a força de vendas das lojas é capaz de permitir o atendimento personalizado e de excelência aos clientes, prontamente disponível aos novos desafios, tornando se referência no mercado do agronegócio através desta parceria sólida com a Casa da Lavoura.

A Supremax existe para oferecer a melhor experiência ao produtor no ramo de nutrição animal”.

**Paulo César Feliciani,**  
Sócio do Grupo Supremax

# Nasceu em Lavínia (SP)  
# 57 anos  
# Casado | Dois filhos  
# Técnico em Agropecuária  
# Comanda a Supremax  
Unidade de Ariquemes (RO)



## SUPREMAX NUTRIÇÃO ANIMAL

É uma jornada de 20 anos, que surgiu na virada do século, em Tangará da Serra, Mato Grosso, terra do maior rebanho bovino do Brasil. E, depois, alcançou Ariquemes, em 2009, em Rondônia. Hoje, oferece mais de sessenta produtos para bovinos de corte e leite, suínos, aves, equinos, ovinos e bezerros. Chegando a quatro estados. E uma sólida parceria de varejo e distribuição com as revendas Casa da Lavoura e outras redes parceiras. Com filiação institucional junto à Associação Brasileira das Indústrias de Suplementos Minerais (ASBRAM), representando a entidade na região. “Temos parceiros importantes para atuarmos fortemente em Pecuária, Agricultura, lavoura familiar de café, produtores bem distribuídos nos estados. E damos conta de atender o pequeno e o grande pecuarista”, explica Paulo Feliciani. Ele reafirma que o conceito Supremax de Nutrição valoriza a fêmea, a novilha com IATF (Inseminação Artificial em Tempo Fixo) no primeiro e segundo cio, que faz recria ganhando peso, nove meses depois vai parir com um belo tamanho de vaca, que produz bastante leite por causa da abundância de capim. “É tudo muito próspero e abençoado”, reforça. Um serviço que chama a atenção é o silo graneleiro para venda de ração a granel. Um caminhão com capacidade para 18 toneladas, seis compartimentos, podendo levar mais de um produto. E ainda Ração Dieta total para os rebanhos, sistema em que não é necessário consumo de volumoso, apenas a ração Supremax dieta total e água. Estrutura moderna e dentro das mais rigorosas normas de produção, com capacidade para muitas toneladas por hora. E a tradição de quase quatro décadas ao lado do Agronegócio no Norte e Centro-Oeste brasileiros. Paulo afirma que o negócio fechou o ano passado com mais de 30% de crescimento, superando todas as expectativas. “E, em 2021, a performance não vai ser diferente. É crescer, avançar, prosperar. Em nome do Agro e dos produtores do Norte do Brasil”, arremata. A Supremax Nutrição Animal investe cada vez mais no agronegócio, uma das principais forças motrizes da economia brasileira e, agora, parte para um novo projeto, uma estrutura novinha na cidade de Vilhena, em Rondônia. Nessa nova indústria, a empresa trará para os parceiros os conhecidos produtos de qualidade excepcional e, principalmente, linhas inéditas, como nutrição para peixes, animais de companhia, entre outros.

## Lojas e Escritórios



**Nova Mamoré (RO)**

Fundação: 13/03/2009



**Rio Branco (AC)**

Fundação: 01/06/2009



**Ariquemes (RO)**

Fundação: 18/09/2009



**Ji-Paraná / Matriz (RO)**

Fundação: 10/04/2010



**Ouro Preto D'Oeste (RO)**

Fundação: 11/04/2011





**O máximo em nutrição animal**



## Supremax Supergold

Com a volta da época de chuvas, o pasto fica mais verde, abundante e pronto para fornecer todos os nutrientes para bovinos de corte. Garanta a alta produtividade do seu rebanho! Com Supremax Supergold o gado fica mais saudável, engorda mais e sua carcaça fica melhor.

Indicada para o período chuvoso, **Supergold** permite que a digestão do capim fique mais rápida e eficiente. Com uma fórmula que combina milho, farelo de soja e ureia, o produto ativa as bactérias ruminais, melhora a digestão, fornece mais energia e ajuda o gado a ganhar mais peso.

**Supergold** permite que os animais fiquem prontos para o abate mais cedo, algo essencial para o produtor gastar menos e lucrar mais com a qualidade da carcaça dos bovinos.





O brilhante trabalho desenvolvido pelo Grupo Supremax e Casa da Lavoura, junto aos seus sócios e colaboradores, apoiam de forma ímpar o desenvolvimento da agropecuária nos estados de sua atuação. Nossa parceira está focada na melhoria dos resultados produtivos dos pecuaristas, através de soluções na área da saúde animal. É uma parceria entre duas propostas de valores focadas na proximidade com o cliente. A similaridade dos nossos valores e princípios, como: a orientação para as pessoas, a transparência, o trabalho duro e a busca por resultados superiores, alicerçam a nossa relação comercial.

Estive pessoalmente em muitas unidades do Grupo e percebi a paixão pelo Agronegócio que move estes profissionais, desde a preocupação com as suas equipes, passando pela empatia e pelo compromisso com os seus clientes, até a tratativa acolhedora com os seus fornecedores parceiros. Seguiremos firmes e juntos, gerando valor para a nossa cadeia produtiva.



**Mehdi Laraichi,**  
Diretor Geral Virbac Brasil



Para mais informações sobre o produto, vide bula.



# FOSFOSAL<sup>®</sup>

O MULTIMINERAL INJETÁVEL

## Comprove o Efeito Fosfosal<sup>®</sup> no seu rebanho!



**Virbac**

Construindo o futuro da saúde animal

## Lojas e Escritórios



**Nova Dimensão (RO)**  
Fundação: 13/01/2012



**Acrelândia (AC)**  
Fundação: 01/03/2013



**União Bandeirantes (RO)**  
Fundação: 08/07/2013



**Brasília (AC)**  
Fundação: 09/08/2013



**Sena Madureira (AC)**  
Fundação: 09/08/2013



## Linha do Tempo

2021

- Abertura de 8 novos pontos de venda, consolidando 39 pontos de venda entre lojas e escritórios e 2 unidades Supremax

2020

- Grupo chega à marca de 31 lojas próprias, duas unidades de nutrição animal e lojas parceiras para distribuição dos produtos da marca Supremax
- Faturamento atinge R\$ 536 milhões

2010

- Supremax recebe Certificado de Boas Práticas de Fabricação
- Inauguração em Ji-Paraná

2009

- Segunda unidade da Indústria Supremax

2008

- Criação do Grupo Supremax
- União com Casa da Lavoura de Porto Velho (RO)
- Aquisição empresa em Pimenta Bueno (RO)

2007

- Supremax recebe registro da marca no Instituto Nacional da Propriedade Industrial
- Reorganização societária

2000

- Nasce a primeira indústria de nutrição animal, em Tangará da Serra

1983

- Chegada de Adalberto Donizete Feliciani a Rondônia e inauguração da Casa da Lavoura

1981

- Rondônia se torna um dos estados do Brasil

# Branco

A força que o Brasil precisa

 @brancomotores  /brancomotores  /brancomotores

[www.branco.com.br](http://www.branco.com.br)





”

A parceria com a Casa da Lavoura é motivo de orgulho para a Belgo Bekaert. Sua forte atuação na região Norte do país dá suporte adequado aos produtores rurais, levando produtos com a qualidade Belgo para impulsionar a economia local, contribuindo para o aumento da eficiência e da produtividade do agronegócio. O crescimento do campo nas últimas décadas só é possível graças a parcerias como a nossa, que atuamos alinhados em criar uma vida melhor para o homem do campo.

“

**Ricardo Garcia,**  
CEO da Belgo Bekaert



# CASA DA LAVOURA

**Se é Casa da Lavoura,  
também é a nossa casa.**

**Temos orgulho  
em fazer parte dessa  
história de sucesso.**



Juntos, conseguimos contribuir para o desenvolvimento sustentável do agronegócio no país.

[www.belgobekaert.com.br](http://www.belgobekaert.com.br)

0800 727 2000

Acompanhe-nos nas redes sociais:



Arames Belgo: uma marca Belgo Bekaert Arames

Arames  
**Belgo**<sup>®</sup>

# Soluções Baldan

para o pequeno, médio e grande produtor.



LINHA COMPLETA DE IMPLEMENTOS



Preparo de solo



Cultiva



Plantio

[baldan.com.br](http://baldan.com.br)

Orgulho de ser Agro.  
Orgulho de ser **Baldan.**



*Conte com quem trabalha  
há mais de 93 anos para  
facilitar e aumentar a  
produtividade no campo.*

 **BALDAN**



A Casa da Lavoura é parceira da Baldan desde 2008 onde, na época, também se instituiu o Grupo Supremax. A princípio, o foco principal era a comercialização de produtos veterinários, mas com o passar do tempo e com um esforço em conjunto da Casa da Lavoura e Baldan, ela se tornou um dos principais distribuidores de implementos agrícolas da região. Com lojas em Ji-Paraná, Porto Velho e Rio Branco e com a Baldan se tornando uma das principais fornecedoras do grupo, a Casa da Lavoura passou a ser referência não somente no estado de Rondônia, mas também no Acre.

Hoje, a parceria Casa da Lavoura e Baldan está fortemente estabelecida e segue gerando excelentes resultados para ambas as empresas. O trabalho em conjunto destas empresas contribui com o forte crescimento agrícola destas regiões, fazendo chegar aos produtores rurais o que há de mais avançado em máquinas e implementos agrícolas com o objetivo de colaborar com o aumento de produtividade, facilitar o manejo das lavouras e trazer maior riqueza e desenvolvimento. O objetivo é que Baldan e Casa da Lavoura sigam juntas, prosperando e fortalecendo a agricultura e pecuária desta importante região produtora do Brasil.

**Oswaldo Gomes Marques Jr,**  
Diretor Comercial da Baldan



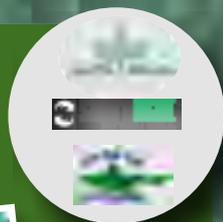


Quando fundamos o Grupo Supremax, convidamos para se juntar a nós pessoas de confiança e garra, que fossem capazes de trazer o melhor desenvolvimento para o agronegócio da nossa região. Uma relação de confiança entre os sócios, que nos trouxe aonde estamos. E nos levará cada vez mais longe”.

**Valdir Perin Souza,**  
Sócio do Grupo Supremax

- # Nasceu em Dom Aquino (MT)
- # 51 anos
- # Casado | 3 filhos
- # Técnico em Agropecuária
- # Comanda a Unidade Supremax Nutrição Animal Ltda. em Tangará da Serra (MT)

## Lojas e Escritórios



**São Francisco do Guaporé (RO)**  
Fundação: 14/02/2014



**Porto Velho (RO)**  
Fundação: 19/01/2015



**Alta Floresta D'Oeste (RO)**  
Fundação: 20/02/2015



**Ji-Paraná / T06 (RO)**  
Fundação: 14/08/2015



**Vale do Anari (RO)**  
Fundação: 04/07/2016



“ A Casa da Lavoura acredita muito na utilização da tecnologia para estar cada vez mais próxima aos parceiros de negócio, sejam eles homens e mulheres do campo, mas também da cidade onde cada vez mais cresce a atenção com os animais de companhia (pets) e as fazendas urbanas. Não só com a loja on-line, que já está em funcionamento, mas também com outras iniciativas que virão por aí. A crescente digitalização do campo nos fez voltar os olhos para a necessidade de estarmos próximos ao universo das startups, das agtechs e foodtechs, para entregar cada vez mais valor para o nosso cliente”.

**Antônio Rogério Soares Cavalcante,**  
Sócio do Grupo Supremax

- # Nasceu em Independência (CE)
- # 50 anos
- # Casado | Duas filhas
- # Ensino Médio Completo - Ênfase em Técnica Agropecuária
- # Comanda a Casa da Lavoura - Regional Ji-Paraná e BR 429



## OBJETIVOS SUPREMAX

- # Ser referência em nutrição animal
- # Oferecer produtos com qualidade e segurança
- # Ter respeito pelos clientes, colaboradores, parceiros e fornecedores
- # Realizar ações de sustentabilidade

## GRUPO SUPREMAX

- # Faturamento em 2020: R\$ 536 milhões
- # Faturamento em 2021: R\$ 900 milhões
- # 834 colaboradores
- # Mais de 100 mil clientes ativos
- # 39 pontos de venda, entre lojas e escritórios
- # Somente em 2021, foram 8 novos pontos de venda

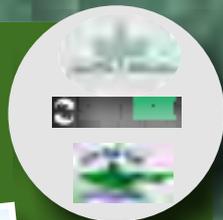
## PRINCIPAIS FORNECEDORES

- # Belgo Bekaert
- # Corteva
- # Oro Agri
- # Husqvarna
- # Virbac
- # Zoetis
- # MSD
- # Jacto
- # Supremax
- # Fertilize
- # Baldan
- # JF Máquinas
- # ZM Bombas
- # Germibrás
- # Maqtron
- # Vence Tudo
- # Branco
- # UPL
- # Syngenta
- # Sumitomo
- # Chemical
- # Monsanto
- # LG Sementes



...

## Lojas e Escritórios



**Cacoal (RO)**

Fundação: 01/08/2017



**Cerejeiras (RO)**

Fundação: 05/02/2018



**Ministro Andreazza (RO)**

Fundação: 01/03/2018



**Alvorada D'Oeste (RO)**

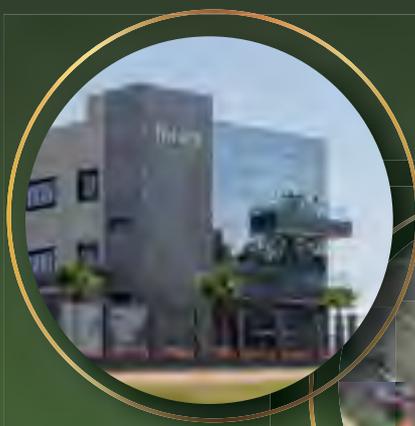
Fundação: 05/12/2018



**Presidente Médici (RO)**

Fundação: 18/02/2019

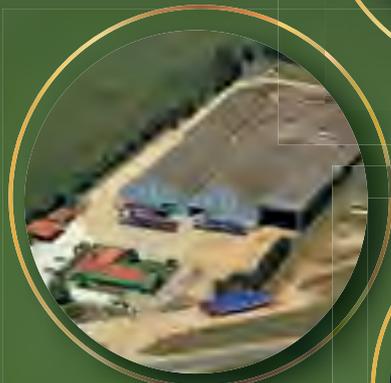




Sede Administrativa



Araucária - PR



Almirante Tamandaré - PR



Guaramirim - SC

Presente nos principais estados agrícolas do país, a Fertilize Adubos é conhecida pelo atendimento exemplar aos agricultores, revendas, cooperativas e tudo que envolve fertilizantes minerais para as mais diversas culturas. Experiente no segmento do agronegócio brasileiro, a empresa comemorou neste ano de 2021, 20 anos de atividade.

Desde sua fundação em 2001, a Fertilize, com suas fábricas próprias localizadas nas cidades de Araucária-Pr, Almirante Tamandaré-PR e Guaramirim-SC e suas unidades de negócios localizadas em Dourados-MS e Rondonópolis-MT, importa, mistura e ensaca toda a linha de fertilizantes, produzindo fórmulas para culturas conforme a necessidade de cada cliente, proporcionando assim resultados únicos para os produtores que buscam colher ainda mais. A empresa também faz exportação para outros países, onde possui sólidas parcerias para distribuição dos seus produtos e dentre estes estão: Maxifer+, Nitrolize N+ e o Rendifer, que são linhas diferenciadas.

Hoje o grupo conta com mais cinco empresas:



20  
ANOS

FERTILIZANTE  
maxiê

**Fertilize**<sup>®</sup>  
ADUBOS

+

  
CASA DA LAVOURA

## Parceria que leva o melhor em fertilizantes para você!

A Casa da Lavoura trabalha juntamente com a Fertilize para levar ao produtor o melhor em fertilizantes granulados.

Há mais de 15 anos essa parceria leva produtos de qualidade para as regiões do Mato Grosso, Rondônia, Amazonas e Acre, sendo uma das empresas referência no fornecimento de produtos para o desenvolvimento agrícola da região.

Agradecemos por esta parceria forte e bem consolidada com a Casa da Lavoura, onde juntos trabalhamos para atender com qualidade e dedicação o trabalhador do campo.



Diretoria da Casa da Lavoura e Fertilize.  
Reunião em Ji Paraná - RO, Agosto de 2016.

 R. Pedro Nolasco Pizzato, 460  
Estação - Araucária PR

 (41) 3031-3455

  @fertilize\_adubos  
www.fertilize.com.br



A Corteva Agriscience oferece uma solução completa ao pecuarista, associando as melhores recomendações de manejo de pasto, e tem como sua maior fortaleza a equipe altamente preparada de nosso sistema de distribuição, que atua como verdadeiros consultores locais.

Somos grandes parceiros da Casa da Lavoura nos estados do Acre e Rondônia. Convergimos sobre a visão de futuro sustentável da pecuária e, para isso, buscamos sempre levar informações, soluções e tecnologias de ponta aos pecuaristas, com o claro objetivo de aumentar a produtividade de seus rebanhos. O Grupo Casa da Lavoura foi pioneiro na implementação da tecnologia Ultra-S na região, trazendo maior eficiência no controle de plantas daninhas para seus clientes.

É com o atendimento personalizado do Grupo Casa da Lavoura que somos capazes de ajudar os pecuaristas a utilizar melhor as suas propriedades, administrando os pastos e animais, através de um bom manejo das pastagens. Firmar o compromisso com a pecuária através de parcerias como a que temos com a Casa da Lavoura é da nossa raça.

**Bruno Barroso,**  
Gerente de Vendas Regional da Linha Pastagem  
na Corteva Agriscience - RO, AC AM e RR





# PLATAFORMA-S

O nosso compromisso com uma pecuária mais sustentável.

HOUSCRICKET



Com a Plataforma-S, desenvolvemos iniciativas para enriquecer a vida de quem produz e de quem consome, garantindo o progresso para as próximas gerações. E colocamos em prática os nossos propósitos e o apoio ao pecuarista por meio de soluções como as da LINHA **PASTAGEM**, com as melhores tecnologias do mercado para controle de plantas daninhas anuais e bianuais, incluindo as lenhosas e semilenhosas.

TECNOLOGIA  
**XT-S**

TECNOLOGIA  
**ULTRA-S**

  
Linha Pastagem™

**ATENÇÃO**

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

“ Nosso objetivo é ter presença física com logística de entrega adequada para atender o homem do campo, oferecendo os melhores produtos e serviços. Sempre respeitando nossos colaboradores, com uma busca constante para ser reconhecida pela nossa equipe como a melhor empresa para trabalhar. Esse é o nosso compromisso com a sociedade em que atuamos”.



# Valmir Paes

Sócio do Grupo Supremax



- # Nasceu em Cidade Gaúcha (PR)
- # 51 anos
- # Casado | Dois filhos
- # Bacharel em Contabilidade
- # Comanda a Unidade de Rio Branco (Acre)

**AgroRevenda** - Razão do sucesso do Grupo Supremax?

**Valmir Paes** - A gestão do grupo é feita por profissionais comprometidos, sérios e dedicados ao negócio. E com presença física nas praças onde atua, com 'dor de dono'.

**AgroRevenda** - Contribuição ao sucesso do negócio?

**Valmir Paes** - Manter dedicação exclusiva ao negócio.

**AgroRevenda** - Como o Grupo pode avançar ainda mais no Agronegócio?

**Valmir Paes** - Temos espaços para continuar avançando no Norte do Brasil, em Roraima e no sul do Amazonas.

## Lojas e Escritórios



**Extrema (RO)**

Fundação: 29/04/2019



**Boca do Acre (AM)**

Fundação: 01/06/2019



**Rolim de Moura (RO)**

Fundação: 16/10/2019



**Alto Alegre dos Parecis (RO)**

Fundação: 25/11/2019



**Machadinho D'Oeste (RO)**

Fundação: 10/07/2020

...





”

A parceria entre Sementes Germibras e Casa da Lavoura começou em 2011 e foi crescendo gradativamente em confiança, amizade e solidez. Desde essa época formou-se mutuamente uma aliança entre fornecedor e distribuidor de uma forma que juntos entregamos sementes de qualidade, resolvendo o problema de formação das pastagens dos pecuaristas, e sempre de encontro com os objetivos da Casa da Lavoura e Germibras que é ter foco no cliente. Casa da Lavoura está presente em todo o estado de Rondônia e Acre e onde ela estiver queremos perpetuar esta parceria em cada local e para as próximas gerações.

“

**Homero de Assumpção Fernandes Silva,**  
Presidente da Sementes Germibras

# Mais de 20 anos semeando qualidade, colhendo resultados

Docerte



**Quer garantia  
de pastagens  
eficazes?**

Confie nas  
sementes da  
Germibras!



in @sementesgermibras www.germibras.com.br

“ Com nossos fornecedores, formamos verdadeiras parcerias. Por isso, para selecioná-los, nós pensamos muito bem, nos reunimos e decidimos em conjunto se devemos ou não investir. Modéstia à parte, hoje, todos os grandes fabricantes querem colocar seus produtos em nossas lojas porque todos conhecem a dedicação com que realizamos nosso trabalho”.

### **TRABALHO SUPREMAX NUTRIÇÃO ANIMAL**

# Nasceu em 2000 | Em Tangará da Serra (MT)

# Unidades em Tangará da Serra e Ariquemes (RO)

# Atende em Rondônia, Mato Grosso, no Acre e na região sul do Amazonas

# 61 produtos para bovinos de corte e leite, suínos, aves, equinos, ovinos e bezerros

# Filiada à Associação Brasileira das Indústrias de Suplementos Minerais (ASBRAM)

# Vitor Oliveira da Silva

Sócio do Grupo Supremax



- # Nasceu em Barbosa Ferraz (PR)
- # 49 anos
- # Casado | Dois filhos
- # Nível médio completo
- # Comanda a matriz em Porto velho e as filiais

**AgroRevenda** - Razão do sucesso do Grupo Supremax?

**Vitor Oliveira da Silva** - Sem dúvida, o trabalho.

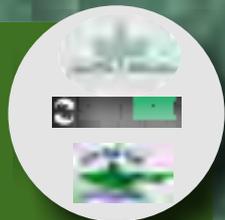
**AgroRevenda** - Contribuição ao sucesso do negócio?

**Vitor Oliveira da Silva** - Valorização da equipe.

**AgroRevenda** - Como o Grupo pode avançar ainda mais no Agronegócio?

**Vitor Oliveira da Silva** - Acredito que com dedicação e trabalho duro conquistaremos cada vez mais o agronegócio nas Regiões Norte e Centro-Oeste.

## Lojas e Escritórios



**Cacaulândia (RO)**

Fundação: 01/08/2020



**Seringueiras (RO)**

Fundação: 13/11/2020



**Comodoro (MT)**

Fundação: 06/02/2021



**Apuí (AM)**

Fundação: 01/06/2021

...





Ao longo de toda trajetória de 332 anos, a Husqvarna vem desenvolvendo inúmeros produtos e serviços para diversas aplicações, sempre primando pela qualidade e desempenho. A inovação está no DNA da empresa e tem foco em criar uma experiência única para os usuários finais de nossos produtos, assim como para nossos parceiros de negócios, nossas Revendas.

No Brasil, além da gama de produtos disponíveis mundialmente, temos enfatizado nossas atividades no segmento agrícola, principalmente na Agricultura Familiar. Uma estratégia de pleno êxito, com uma linha de soluções completa que permite ao agricultor mecanizar as atividades de cultivo e manutenção de sua propriedade. Além do aumento da produtividade e rentabilidade para o agricultor, nosso principal propósito é contribuir na melhora da sua qualidade de vida.

Estamos cada vez mais focados nessa estratégia e o fator que nos permite ter todo esse sucesso é a parceria com nossas Revendas, nosso canal de distribuição de produtos e também de conhecimento. Sua dedicação à marca nos possibilita oferecer a melhor experiência possível ao usuário final.

Vamos continuar desenvolvendo novas soluções e aprimorando o trabalho em conjunto com nossas Revendas para um futuro de ainda mais sucesso.

**Mauro Favero,**  
Vice-presidente de Vendas e Serviços  
para América Latina





# SOMOS PRODUTIVIDADE

Somos produtores de soluções.  
Somos parceiros para transformar o campo e a vida.  
**#SomosHusqvarna**

[www.husqvarna.com.br](http://www.husqvarna.com.br)



Husqvarna

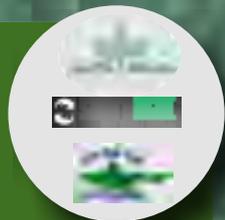
“ Com quase 40 anos de experiência no agronegócio, e 13 anos desde a decisão vista por muita gente como loucura, a Casa da Lavoura conquistou Rondônia e o Acre, avança no Amazonas e está com os pés fincados em Mato Grosso. Trabalhamos incansavelmente para levar a qualidade da Casa da Lavoura para a maior quantidade de produtores que pudermos, gerando empregos, fazendo amizades, parceiros de negócio e, obviamente, fornecendo as melhores soluções do mercado”.



# Jean Sague Lopez

Sócio do Grupo Supremax

## Lojas e Escritórios



**Chupinguaia (RO)**  
Fundação: 06/07/2021



**Tarauacá (AC)**  
Fundação: 01/09/2021



**Jacinópolis (RO)**  
Fundação: 04/10/2021



**Xapuri (RO)**  
Fundação: 25/10/2021



- # Nasceu em Belo Horizonte (MG)
- # 52 anos
- # Casado | Quatro filhos
- # Técnico em Agropecuária
- # Comanda a unidade de Ouro Preto D'Oeste

**AgroRevenda** - Razão do sucesso do Grupo Supremax?

**Jean Sague Lopez** - Amamos o que fazemos, trabalhamos em equipe, respeitamos nossos fornecedores e trabalhamos em prol dos nossos clientes. Acompanhando o histórico e as necessidades de cada um, individualmente.

**AgroRevenda** - Contribuição ao sucesso do negócio?

**Jean Sague Lopez** - Muito trabalho e muita dedicação.

**AgroRevenda** - Como o Grupo pode avançar ainda mais no Agronegócio?

**Jean Sague Lopez** - Sempre oferecendo produtos de qualidade e soluções. Com isso, construímos nosso alicerce de credibilidade e respeito mútuo.



Com atuação em mais de 40 municípios, levando as melhores tecnologias e soluções para o homem do campo, o Grupo Casa da Lavoura alavancou o agronegócio, trazendo tecnologias, assistência técnica especializada e está sempre levando aos seus clientes inovação por meio de produtos e serviços e, desta forma, contribuindo significativamente para o desenvolvimento exponencial da pecuária nacional.

E é por isso que nós, da MSD Saúde Animal, nos orgulhamos da história construída em conjunto com o grupo Casa da Lavoura há mais de 4 décadas, trabalhando em prol da pecuária brasileira - principalmente nos estados do Norte, em que o grupo Casa da Lavoura é pioneira e tem forte atuação.

A MSD Saúde Animal, unidade global de negócios de saúde animal da MSD, tem como propósito melhorar a vida das pessoas, a saúde e o bem-estar dos animais. E é por isso que a companhia investe cada vez mais em produtos, soluções e serviços que contribuam para o desenvolvimento do mercado de saúde animal em todo o Brasil, incluindo ruminantes, suinocultura, avicultura, aquicultura e animais de companhia. No início desse ano, a MSD Saúde Animal criou uma nova unidade operacional, a MSD Saúde Animal Intelligence, que tem a proposta de trazer soluções de monitoramento, rastreabilidade e identificação para a cadeia de saúde animal.

Por acreditar no potencial de avanço do agronegócio, importante pilar para a economia do Brasil e do mundo, a MSD Saúde Animal também vem apostando no desenvolvimento de produtos que, por meio da ciência proporcionam diferencial competitivo aos nossos clientes. E vale ressaltar que nossa unidade operacional MSD Saúde Animal Intelligence já oferece o portfólio da marca Allflex, impulsionando dessa forma o avanço da tecnologia para a produtividade e para o bem-estar animal.

Queremos trazer ao pecuarista as mais novas e eficientes ferramentas para que sua atividade tenha sucesso a cada ciclo produtivo.

E é assim que seguimos construindo um Novo Horizonte, com parceiros que estão alinhados com nossa vontade de trazer inovação e desenvolvimento na cadeia de saúde animal, impactando positivamente o agronegócio em todo nosso País.

**Alcides Neto,**  
Gerente Nacional de Vendas de Ruminantes  
da MSD Saúde Animal



CHEGOU



# DUPLA AÇÃO

O ÚNICO QUE COMBATE A

**EIMERIOSE + VERMINOSE**

EM **UMA SÓ DOSE.**

ASSOCIAÇÃO  
QUE PERMITE O  
**TRATAMENTO E A  
PREVENÇÃO DA  
EIMERIOSE E O  
TRATAMENTO DA  
VERMINOSE**

**MEIOR  
DOSAGEM  
POR ANIMAL**

PANACCOXX RENDE  
**50% A MAIS** QUE  
OS CONCORRENTES

**APLICADOR** PARA  
ADMINISTRAÇÃO  
DA APRESENTAÇÃO  
DE LITRO



Protege sua produção  
e o futuro do seu rebanho.

0800 70 70 512

[www.msd-saudeanimal.com.br](http://www.msd-saudeanimal.com.br)

A CIÊNCIA PARA ANIMAIS MAIS SAUDÁVEIS®

 **MSD**  
Saúde Animal

# Sandro Ramos

Sócio do Grupo Supremax



- # Nasceu em Araguaçu (TO)
- # 52 anos
- # Casado | Dois filhos
- # Técnico em Agropecuária
- # Comanda unidades de Jarú, Vale do Anari, Cacaulândia e Machadinho

**AgroRevenda** - Razão do sucesso do Grupo Supremax?

**Sandro Ramos** - Trabalho, dedicação e criatividade.

**AgroRevenda** - Contribuição ao sucesso do negócio?

**Sandro Ramos** - Conhecimento de mercado, dedicação e acompanhamento da evolução da região.

**AgroRevenda** - Como o Grupo pode avançar ainda mais no Agronegócio?

**Sandro Ramos** - Avançar nas microrregiões em Rondônia e norte do Mato Grosso.

“ Quando olho para trás, percebo a decisão acertada em avançarmos com uma nova empresa. Desde 2008, nos dedicamos a desenvolver uma empresa com foco nas necessidades dos clientes, ajudando-os a produzir mais e melhor. Nossa história está só começando”.

#NovosTemposNovasSoluções

# Buscando atingir alto rendimento, muita produtividade e mais lucratividade na atividade pecuária?

Descubra a linha de **máquinas tratorizadas**  
da **Jacto** e veja os benefícios da **nossa**  
**inovação** nos **resultados** do **seu negócio**.



CONDOR BC  
610 PEC

[jacto.com](http://jacto.com)



**NOVOS  
TEMPOS,  
NOVAS  
SOLUÇÕES.**



A relação comercial da ORO AGRI com a Casa da Lavoura faz parte da criação de um grande projeto posterior a fundação da Oroagri em 2002 na África do Sul, ampliando as atividades comerciais no Brasil em 2008 e finalmente no ano de 2017 estendendo o projeto com a criação da divisão de pecuária, com produtos exclusivos para esse forte segmento do agronegócio. Escolhemos parceiros estratégicos para este projeto, tal qual o Grupo Casa da Lavoura, nas principais regiões pecuárias do país. A liderança brasileira no mercado de adjuvantes que a ORO AGRI detém, certamente envolve o grupo, nosso grande parceiro comercial desde a fundação da divisão de pecuária, atendendo um mercado extremamente importante que são os estados de Rondônia e Acre, importante pólo pecuário brasileiro. Além dos adjuvantes, também ofertamos aos pecuaristas adubos foliares, que proporcionam a melhoria da qualidade das pastagens, em especial, com a utilização do produto ORO-GRASS, produto este que possui a tecnologia exclusiva e patenteada, o óleo de casca de laranja, que junto com diversos outros nutrientes compõem o adubo foliar. O resultado desta parceria Oroagri e Grupo Casa da Lavoura são os serviços disponibilizados aos pecuaristas gerando aumento da capacidade produtiva das pastagens, que por consequência aumenta a quantidade de arrobas produzidas.

**Ricardo José Frugis,**  
Gerente Nacional da Divisão de Pecuária  
da ORO AGRI



# ORO-GRASS

## **BENEFÍCIOS ÚNICOS E PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS**

- Efeito enraizador que incrementa a produtividade da pastagem;
- Maior velocidade da brotação da pastagem no início do período das chuvas;
- O óleo da casca da laranja contido na sua formulação atua como um complexante orgânico, melhorando o aproveitamento de todos os nutrientes;
- O óleo da casca da laranja contido na sua formulação garante melhor qualidade da aplicação;
- Conta com a garantia de todos os benefícios do óleo da casca da laranja;
- Produto mais completo do mercado.



**ORO AGRI**  
A ROVENSA COMPANY

**A CONTA É SIMPLES:**

**PASTO +  ORO-GRASS**  
**= MUITO MAIS PASTO**

**ORO AGRI**<sup>®</sup>  
— A ROVENSA COMPANY —

# Félix Peretti

Sócio do Grupo Supremax

“Tivemos a proposta de nos unirmos a outro grupo econômico, mas o projeto do Grupo Supremax nos pareceu mais sustentável e vantajoso no longo prazo. Hoje, colhemos os frutos, com crescimento e confiança do mercado em uma das áreas que mais cresce no Brasil”.



# Nasceu em Matelândia (PR)

# 50 anos

# Casado | Dois filhos

# Bacharel em Contabilidade

# Comanda as unidades da Agropecuária PB em 6 municípios e escritórios em 4 municípios

**AgroRevenda** - Razão do sucesso do Grupo Supremax?

**Félix Peretti** - É resultado de muito trabalho, dedicado, árduo. Somos vários sócios no Grupo. Praticamente cada empresa tem um sócio atuando, ou como líder, na matriz, coordenando filiais. Isso resulta em agilidade, mais proximidade com a sociedade e produtores. Fazemos um trabalho sério, numa parceria efetiva com os produtores rurais.

**AgroRevenda** - Contribuição ao sucesso do negócio?

**Félix Peretti** - Minha maior contribuição é trabalhar sério como sócio. Com dedicação, força de vontade, sem horários, pronto para qualquer atividade, a qualquer momento. Sempre animado, com gosto e alegria porque gostamos do que fazemos. Sem falar em nossa bagagem, tudo o que estudamos e aprendemos na vida, que procuramos transmitir aos amigos, colaboradores e parceiros.

**AgroRevenda** - Como o Grupo pode avançar ainda mais no Agronegócio?

**Félix Peretti** - Podemos avançar na pecuária, pois temos abrangência grande nos estados, mas há espaços para expansão nas regiões onde não atuamos. Levar nossa experiência de trabalho a todos os cantos. E ainda crescer bem no setor agrícola, sendo ainda mais atuantes no segmento, que vem se destacando bastante no Norte e Centro-Oeste. E não só com defensivos e adubos, mas também com implementos e máquinas agrícolas.

UMA HISTÓRIA DE SUCESSO E REALIZAÇÕES

# JF MÁQUINAS

## SOLUÇÃO *Para o* PRODUTOR

**40**   
ANOS

**C-120 AT**

 JFMAQUINAS.COM

 JFMAQUINAS

 JFMAQUINASOFICIAL

 JFMAQUINASAGRICOLAS

# Nasceu em Castro (PR)  
# 54 anos  
# Casado | Três filhas  
# Médico-Veterinário  
# Comanda a unidade de Porto Velho - Matriz (RO)

**AgroRevenda** - Razão do sucesso do Grupo Supremax?

**Roni Dallarmi** - São muitos anos de tradição, bem junto ao homem do campo.

**AgroRevenda** - Contribuição ao sucesso do negócio?

**Roni Dallarmi** - Procuo acreditar sempre e ter confiança no trabalho no dia a dia.

**AgroRevenda** - Como o Grupo pode avançar ainda mais no Agronegócio?

**Roni Dallarmi** - Na minha opinião, com nosso time de vendas e de fornecedores, onde acharmos um bom negócio, estamos indo.



## Roni Dallarmi

Sócio do Grupo Supremax

“Trabalhei por muito tempo em multinacionais e encontrei na Casa da Lavoura a oportunidade de fazer o que eu gosto, ajudando o produtor a diminuir seus desafios e, também, trabalhando para crescer e expandir o que é meu”.

# SOLUÇÕES AGRÍCOLAS QUE FACILITAM A VIDA DA FAMÍLIA DO CAMPO.

Produzimos equipamentos para estimular o desenvolvimento rural através de uma ampla linha de ferramentas e máquinas, expandindo as possibilidades de inovação para todo o setor agrícola.

São equipamentos como carretas, betoneiras, moendas e trituradores que buscam atender às necessidades do produtor, facilitando seu trabalho com agilidade, eficiência e com a qualidade padrão dos produtos Maqtron.



MAQTRON

*Vencedora*



**Construção Civil:** betoneiras.

**Linha Agrícola:** bombas manual, carretas, chassis e rodas, desintegradores, picadores, ensiladeiras, trituradores, distribuidores, roçadeiras, debulhadores de milho, batadeiras, trilhadeiras.

**Moendas de Cana:** limpador de cana, moenda manual, moenda Cana Shop, moendas tradicionais.

Conheça nossos produtos e serviços acessando o site ou entre em contato pelo telefone.

 (49) 3551-2525 [www.vencedoramaqtron.com.br](http://www.vencedoramaqtron.com.br)

 [vencedora\\_maqtron](https://www.instagram.com/vencedora_maqtron)

 [vencedora.maqtron](https://www.facebook.com/vencedora.maqtron)

# Gustavo Angelo de Mattos

Sócio do Grupo Supremax

- # Nasceu em Capinzal (SC)
- # 41 Anos
- # Casado | Uma Filha
- # Técnico em Agropecuária e Administrador de Empresas
- # Comanda as unidades de Vilhena e Cerejeiras

**AgroRevenda** - Razão do sucesso do Grupo Supremax?

**Roni Dallarmi** - O sucesso veio através de muita seriedade, transparência e ótimo atendimento.

**AgroRevenda** - Contribuição ao sucesso do negócio?

**Gustavo** - A contribuição é a nossa dedicação de sol a sol, e a paixão pelo trabalho desempenhado.

**AgroRevenda** - Como o Grupo pode avançar ainda mais no Agronegócio?

**Gustavo** - Podemos avançar no setor agrícola e na abertura de novas lojas em microrregiões.



“ A Casa da Lavoura foi meu único trabalho de carteira assinada. Comecei em março de 1999, amo meu trabalho e me dedico ao máximo. É gratificante para nós ver os clientes crescerem e aperfeiçoarem suas propriedades rurais. Isso nos move. Temos um enorme portfólio para atender as propriedades rurais e buscamos a inovação diariamente. É uma empresa que oferece oportunidades para seus colaboradores. Sou grato pela oportunidade que tive de, hoje, ser um dos sócios da Casa da Lavoura e do Grupo Supremax”.

MOVIDOS PELA NATUREZA



40  
ANOS



**BOMBAS COM RODA D'ÁGUA**



**LAVADORAS**

**BOMBAS SOLARES**

**ENERGIA RENOVÁVEL  
COM OPÇÕES PARA TODAS  
AS NECESSIDADES.**



# Arcenio Petinati Domene

Sócio do Grupo Supremax

- # Nasceu em Ilha Solteira (SP)
- # 49 anos
- # Casado | Três filhos
- # Segundo grau completo e Pecuarista

**AgroRevenda** - Razão do sucesso do Grupo Supremax?

**Roni Dallarmi** - Qualidade dos produtos, dedicação das equipes e sócios presentes.

**AgroRevenda** - Contribuição ao sucesso do negócio?

**Arcenio** - O conhecimento sobre os anseios dos clientes.

**AgroRevenda** - Como o Grupo pode avançar ainda mais no Agronegócio?

**Arcenio** - Aumentando nossa área de atuação. Estamos apenas começando e temos muito a crescer.



“ Poucas empresas no Brasil oferecem um portfólio completo como oferecemos. De tudo o que o produtor precisa, ele consegue encontrar com a gente. De maquinários, medicamentos a sementes de diversas culturas. Nosso objetivo é ser sempre a primeira opção para ele e entregar mais do que produtos e soluções. Também valor”.



**EFICÊNCIA E TÉCNOLOGIA**

**CONHEÇA  
OS PRODUTOS  
VENCE TUDO**

Indústria de Implementos Agrícolas  
Vence Tudo Importação e Exportação LTDA

Rod RS 223 Km 53 - Área Industrial  
Ibirubá, RS - Brasil

**VI SAC** (54) 3324-8005  
vendas@vencetudo.ind.br

[www.vencetudo.ind.br](http://www.vencetudo.ind.br)

[f /vencetudo](https://www.facebook.com/vencetudo) [@industriavencetudo](https://www.instagram.com/industriavencetudo) [Yt /industriavencetudo](https://www.youtube.com/industriavencetudo)

Promoção

# CONTROLE DE PARASITAS

PROTEJA SEU REBANHO CONTRA OS  
PARASITAS, INCLUSIVE CONTRA  
AS MOSCAS-DOS-CHIFRES.

Escolha o kit adequado  
para a sua necessidade e  
ganhe mais TopTag® 180





ACESSE NOSSA LANDING PAGE E SAIBA MAIS

# PROTEÇÃO POR DENTRO É POR FORA



Condição por tempo limitado

**01/10 a 30/11**

**APROVEITE!**

A MARCA DO  
DIA A DIA  
NO CAMPO





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

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

”



Foi uma honra para nós do Grupo Publique, proprietário da Plataforma AgroRevenda, registrar nas páginas desta edição, o trabalho consolidado da Casa da Lavoura e do Grupo Supremax. Deixo meus parabéns a todos os sócios da Companhia e o faço, citando a força de trabalho e espírito inovador do João Victorio e a liderança histórica do fundador Adalberto Feliciani, cuja história de vida muito se parece com a minha.

**Carlão da Publique,**  
Presidente do Grupo Publique e  
Publisher da Plataforma AgroRevenda

# Mulheres no agronegócio!

Levantamento com mais de 400 mulheres realizado pela Agroligadas, com apoio da Corteva Agriscience, Abag e Sicredi, mostra visibilidade e espaço a ser conquistado



O agronegócio tem um papel muito importante na economia do país e foi responsável por 26% do Produto Interno Brasileiro (PIB) em 2020 (CNA). Para entender os avanços e desafios envolvendo a mulher rural, a Agroligadas - entidade formada por mulheres profissionais do agronegócio - realizou a 'Pesquisa sobre a par-

ticipação feminina no agronegócio', em parceria com a Corteva Agriscience, a Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG) e o Sicredi. O estudo ouviu 408 mulheres que atuam no agronegócio, com média de idade de 40 anos, de norte a sul do país, e traz dados importantes que trazem luz à participação feminina no setor. O assunto ganha for-

ça neste mês de outubro, em que se celebra o "Dia Internacional da Mulher Rural", data estabelecida pela Organização das Nações Unidas (ONU) para ressaltar a importância das mulheres na agricultura e identificar os desafios para que tenham uma participação plena e bem-sucedida no agronegócio. "Há tempos, a figura da mulher no

agro deixou de ser secundária. Aquela pessoa que apenas apoiava o marido na atividade rural deu lugar à proprietária que faz a gestão da sua lavoura de ponta a ponta. No entanto, há barreiras que precisam ser conhecidas por toda sociedade para que, assim, possam ser enfrentadas e sanadas. E essa é a importância da pesquisa”, diz Geni Caline, presidente da Agroligadas.

## **ORGULHO, DESIGUALDADE E ACESSO A CRÉDITO**

De acordo com o levantamento, 93% das brasileiras têm muito orgulho de trabalhar no campo ou na indústria agrícola. Porém, quando o assunto é desigualdade de gênero, 64% das entrevistadas acreditam que esse problema cerca a cadeia do agronegócio, mesmo 79% afirmando que a situação de hoje é melhor que há 10 anos. Para 21% das entrevistadas, há otimismo e essa igualdade deverá chegar ao agronegócio em menos de 10 anos. Para que isso possa acontecer, 90% dizem que é necessário dar visibilidade aos projetos de sucesso; aumentar a capacidade de treinamento e ter acesso ao crédito de forma igualitária, para que os investimentos em maquinários, processos e capacitação de profissionais possam seguir na mesma proporção que a dos homens.

Um ponto que chama a atenção é que 54% das mulheres acreditam que ganham menos que os homens, ainda que a desigualdade de gênero tenha diminuído na opinião das entrevistadas. O acesso a financiamento - importantíssimo para todo produtor ou produtora rural - é mais um gargalo. Do ponto de vista de igualdade de confiança do setor financeiro para aquisição de linhas de crédito, apesar de 49% das mulheres dizerem ter as mesmas facilidades, ainda afirma ter menos acesso que os homens. No entanto, 80% das mulheres buscam financiamento para empreender. “Para o Sicredi, estudos como este

são importantes para mostrar o cenário atual desse segmento produtivo, que ganha cada vez mais espaço no agro brasileiro. Especificamente para o público feminino, o Sicredi lançou, em setembro de 2020, o ‘Comitê Mulher’, que tem o objetivo de promover a equidade de gênero no cooperativismo de crédito e em todos os níveis de gestão das cooperativas, por meio de ações educativas que preparam as mulheres associadas para liderar, empreender e promover o desenvolvimento do nosso modelo de negócio. Nossa busca também é por debates sobre projetos apoiados pelo Sicredi na comunidade local e incentivo para mais crédito voltado ao empreendimento liderados por mulheres”, aponta Marilucia Dalferf, gerente de crédito rural do Sicredi.

## **ACESSO À TECNOLOGIA AUMENTOU DURANTE A PANDEMIA**

Quando o tema é tecnologia, já se percebe nitidamente um avanço no uso de novas soluções proporcionado pela adoção do trabalho a distância, já que 41% das mulheres ligadas à produção rural trabalham em centros urbanos, sendo que 66% delas dizem ter acesso suficiente à tecnologia para execução de seus trabalhos.

## **O PRESENTE E O OLHAR PARA O FUTURO**

Ao refletirem sobre as preocupações atuais das mulheres na produção rural, 95% delas prezam pelo bom desempenho dos negócios. Em tempos de pandemia e de instabilidade econômica, manter-se firme e atuante no mercado tornou-se um dos maiores desafios para as entrevistadas, seguido por estabilidade financeira (93%); realização profissional (92%) e futuro dos filhos (83%).

Esse olhar de cuidado é percebido também quando são questionadas sobre o que esperam para sua rotina



Geni Schenkel Caline, presidente da Agroligadas: “Pessoa que apenas apoiava o marido deu lugar à proprietária”.

de trabalho e para sua vida pessoal e familiar em um futuro próximo. Para 95%, melhorar a capacitação profissional está entre as principais prioridades; 90% querem aumentar a capacidade produtiva de suas propriedades; seguido por 82% das entrevistadas que sonham ter mais tempo para si próprias.

Conquistar espaço e confiança no ambiente de trabalho é o desafio da mulher contemporânea, independentemente se ela vive no campo ou na cidade. “No meio rural, apesar do preconceito ser mais evidente, as mulheres vêm quebrando essas bar-



Marilucia Dalferf, gerente de Crédito Rural do Sicredi: “Mais crédito voltado ao empreendimento liderados por mulheres”.

reiras com muita rapidez e conquistando espaços até então ocupados apenas pelos homens. A natureza feminina multifacetada é acolhedora, protetora e sempre preocupada com o bem estar de todos à sua volta. Esse é um diferencial bastante perceptível nos dados da pesquisa”, destaca Gislaine Balbinot, gerente de comunicação da ABAG.

### PESQUISA DE 2018

O que mudou em 3 anos? - Em 2018, a Corteva Agriscience realizou uma pesquisa com 433 mulheres rurais no Brasil. De maneira geral, há um otimismo dessa nova leva de entrevistadas em relação às respondentes de três anos atrás, principalmente na questão da equidade de gênero. Apesar do otimismo, algumas barreiras ainda persistem, entre elas, o acesso ao financiamento e a capacitações. Veja abaixo os principais comparativos.

### EQUIDADE DE GÊNERO

Em 2018, apenas 16% das mulheres acreditavam que a equidade chegaria antes de 10 anos. Hoje, esse número subiu para 26%, demonstrando que há mais esperança de mudança a médio prazo. Essa posição se confirma quando vemos que em 2018, 20% das entrevistadas acreditavam na mudança em três ou mais décadas, dado que caiu para 12% na nova pesquisa. Em relação aos principais caminhos para promover a equidade de gênero, a opinião das entrevistadas em ambas as pesquisas é que se mantêm importantes, como consta abaixo:

Comunicar mais amplamente (ao público em geral) os sucessos e contribuições das mulheres na agricultura – 2021 (90%) – 2018 (88%).

Mais treinamento em tecnologia – 2021 (87%) – 2018 (89%).

Mais educação acadêmica – 2021 (79%) – 2018 (87%).

Mais apoio – jurídico e de outras formas - para ajudar as mulheres na agricultura que sofrem discriminação de gênero – 2021 (80%) – 2018 (88%).

Sensibilização do público para a discriminação de gênero na agricultura – 2021 (74%) – 2018 (85%).

Para Vivian Bialski, diretora de Comunicação da Corteva, iniciativas de inclusão das mulheres em posições de liderança no agronegócio são cada vez mais importantes. “Ambas as pesquisas trazem insumos relevantes para que toda a cadeia do agro ataque os pontos que hoje impedem a maior equidade de gênero. Nós, como Corteva, temos estabelecido importantes parcerias para promover a capacitação e o empoderamento da mulher rural. Exemplo disso é a Academia de Liderança das Mulheres do Agronegócio, lançada há quase 3 anos pela Corteva em parceria com a Fundação Dom Cabral e a ABAG”.

### A EXPERIÊNCIA DE TRABALHO É REFLEXO DO AVANÇO?

A pesquisa apontou uma mudança positiva significativa quando o assunto é satisfação no trabalho. Ainda que exista a desigualdade de gênero, muito pontuada em diversos aspectos em ambos os levantamentos, alguns indicadores demonstram progresso e satisfação, como nos comparativos a seguir:

Sentir-se mais feliz com o trabalho que exercem – 2021 (97%) – 2018 (57%).

Reconhecimento de suas habilidades no setor – 2021 (77%) – 2018 – (45%).

Autonomia na tomada de decisões – 2021 (60%) – 2018 (33%).

Mesmas oportunidades de trabalho no setor – 2021 (40%) – 2018 (28%).



Gislaine Balbinot, gerente de Comunicação da ABAG: “A natureza feminina multifacetada é acolhedora”.

### PERFIL DAS ENTREVISTADAS EM 2021

O estudo entrevistou 408 profissionais do agronegócio, com média de idade de 40 anos, que vivem nas regiões de norte a sul do país. Com realidades distintas, o levantamento trouxe proprietárias/arrendatárias – agricultura de subsistência (69%), diretoras, gerentes ou administradoras (17%), empregadas ou supervisoras (16%), veterinárias, agrônomas ou zootecnistas (15%) e estagiárias (4%). No que diz respeito ao tipo de produção, a pesquisa aponta que 54% atuam na agricultura, 32% de subsistência, 27% bovinocultura, 2% avicultura galináceos, 7% bovinocultura de leite, 1% piscicultura e 5% outros animais. Do total de entrevistadas, 41% delas possuem pós-graduação, 29% superior completo, 8% superior incompleto, 11% ensino médio completo, 6% ensino fundamental. 63% das entrevistadas moram na zona urbana e 34% na zona rural.



## SENTIMENTO FEMININO

- # 93% têm orgulho pela atividade no agro
- # 97% estão felizes com o trabalho
- # 41% têm cursos de pós-graduação na área
- # 72% sentem-se ouvidas
- # 69% atuam como proprietárias/ arrendatárias

## ATUAÇÃO DELAS

- Proprietária/Arrendatária: 69%
- Diretora/Gerente/Administradora: 17%
- Empregada/Supervisora: 16%
- Veterinária/Agrônoma/Zootecnista: 15%
- Estagiária: 4%

## COMO MUDAR?

- # 79%: fornecer o mesmo nível educativo aos gêneros
- # 87%: ter os mesmos treinamentos
- # 80%: ter mais apoio
- # 90%: comunicar mais os casos de sucesso
- # 74%: conscientizar mais sobre desigualdade entre os gêneros

## AGROLIGADAS

- # Formada por mulheres profissionais do Agronegócio
- # Propósito de conectar o campo e a cidade com verdade, ética, coragem, compromisso e amor
- # Atuando com ações educativas e de comunicação
- # Informações pelo site [www.agroligadas.com.br](http://www.agroligadas.com.br)

## CORTEVA AGRISCIENCE

- # Empresa global de sementes, proteção de cultivos e soluções digitais
- # Marcas Pioneer®, Granular®, Brevant® Sementes e premiados produtos de Proteção de Cultivos
- # Empresa independente desde 1 de junho de 2019

## ABAG

- # Fundada em 1993
- # Missão de contribuir para que o país alcance a liderança global na oferta de produtos agroindustriais
- # Atuando por preservação ambiental, desenvolvimento social, produtividade, rentabilidade e competitividade
- # 94 associados. Mais informações [www.abag.com.br](http://www.abag.com.br)

## SICREDI

- # Mais de 5 milhões de associados
- # Presença em 24 estados e no Distrito Federal
- # Mais de duas mil agências
- # Mais de 300 produtos e serviços financeiros

# O futuro da agricultura é de baixo carbono e sustentável!



**N**os últimos anos, a exigência, por parte de toda a sociedade, por uma produção agrícola que respeitasse o meio ambiente e que fosse sustentável fez com que empresas e produtores modificassem seus métodos de produção e adotassem medidas que estivessem em linha com estas diretri-

zes, sobretudo na preservação do solo e na redução de gases de efeitos estufa (GEE). E quem tinha adotado protocolos ambientais em sua produção aprimorou ainda mais seus procedimentos para estar sintonizado com tendências mundiais na agricultura. Cada vez mais, os investidores e a sociedade em geral

esperam o fortalecimento do compromisso do agronegócio brasileiro com o desenvolvimento sustentável em todos os processos. E a sigla ESG – governança socioambiental – é a diretriz para que os produtores agrícolas brasileiros promovam a agricultura do futuro cada vez mais sustentável.

As mudanças climáticas provocadas pelo aquecimento da temperatura média do planeta são críticas para todos os setores produtivos e comunidades. Alterações nos regimes de chuva, a intensificação de eventos do clima catastróficos e o crescimento de processos de desertificação podem impactar severamente o potencial agrícola. Desta forma, iniciativas que reduzam o impacto ambiental são fundamentais, sobretudo na redução da pegada de carbono nos processos produtivos.

Uma das vantagens competitivas do agronegócio brasileiro é a possibilidade de produzir duas safras (soja e milho ou algodão) na mesma área plantada. Essa técnica amplia a produtividade das áreas agrícolas, gera valor aos produtores e contribui para manter o potencial produtivo do solo ao longo dos anos. Além disso, cada vez mais o Brasil vem adotando a Integração Lavoura-Pecuária-Floresta (ILPF), que ajuda na redução de emissão de gases por conta da utilização de diversas culturas na mesma safra. Outra prática importante para a produção sustentável na agricultura brasileira é a adoção do plantio direto, que possui potencial para absorver 300 kg de carbono a mais por hectare/ano, quando comparamos ao sistema tradicional. Desta forma, com o uso de todas estas ferramentas, os principais produtores brasileiros de já estão elaborando metas para descarbonizar a agricultura e diminuir a emissão de gases de efeito estufa em suas operações.

Nós, da SLC Agrícola, temos uma meta de, até 2030, diminuirmos em 25% a quantidade de gases de efeito estufa a partir de nossas operações agrícolas, que são compostas por vinte e duas fazendas, todas localizadas no bioma Cerrado, que possui ótimas condições climáticas e de solo para o desenvolvimento das culturas de soja, milho e

algodão. Queremos cumprir esta meta por meio do investimento em novas tecnologias no campo e na continuidade da adoção de práticas sustentáveis, como o plantio direto, a manutenção de cobertura do solo (palhada), a rotação de culturas, a integração lavoura-pecuária e o fomento ao enriquecimento de áreas com essências nativas que são produzidas nos viveiros das nossas fazendas e utilizadas em projeto internos e para doação junto a comunidades locais. É dessa forma que conectamos os investimentos que realizamos à geração de valor para toda a sociedade, contribuindo para descarbonizar a agricultura ao mesmo tempo que prosseguimos em nosso propósito de fornecer grãos e fibras para o desenvolvimento humano.

Além disso, utilizamos a técnica do plantio direto em aproximadamente 90% da área que cultivamos a cada ano-safra, o que representa um potencial de sequestro da ordem de 360 mil toneladas de carbono equivalente por ano (tCO<sub>2</sub>e). Isso equivale ao plantio de 51 mil árvores. Além disso, possuímos 31,4 milhões de tCO<sub>2</sub>e estocadas em um total de 97, 4 mil ha de reserva legal e preservação permanente mantidas com vegetação nativa. Aliando o potencial recorde do agronegócio brasileiro com medidas que preservem o meio ambiente, teremos um futuro cada vez mais dourado para a nossa agricultura: produtiva, de baixa emissão de carbono e sustentável – um exemplo para o mundo. **AR**



Aurélio Pavinato, CEO da SLC Agrícola.

# Dechra Brasil é certificada GPTW!

Indústria de medicamentos veterinários cresceu 23,3% no último ano



Faturamento de R\$ 118 milhões, 23,3% sobre ano anterior.

A Dechra Brasil, indústria de produtos farmacêuticos veterinários com sede em Londrina (PR), acaba de receber a certificação como “excelente empresa para trabalhar”, concedida pela consultoria internacional Great Place to Work (GPTW). O reconhecimento é obtido a partir de uma pesquisa feita com os próprios colaboradores da empresa no Brasil, aplicada em abril deste ano, sendo coordenada de forma global pela Dechra Pharmaceuticals – holding multinacional britânica – e conduzida pela GPTW do Reino Unido. A pesquisa mede o índice de confiança dos colaboradores na empresa, o Trust Index, que foi de 82%. Além disso, 91% das pessoas consideram a Dechra “um excelente lugar para se trabalhar”. O diretor-presidente da Dechra para a América do Sul, André

Paleari, explica que a certificação é importante para atestar que a empresa está no caminho certo. “Nos últimos dois anos trabalhamos bastante para transformar a Dechra numa empresa onde as pessoas de fato gostassem de trabalhar. Com desafios motivadores e atuando contentes e orgulhosas por integrar parte de tudo que estamos construindo”, afirma.

Ele diz que a jornada da transformação interna foi iniciada poucos meses após a transição de uma empresa local, a Venco, com 32 anos de existência, para uma multinacional. E que a chegada da nova controladora trouxe para a empresa uma cultura que valoriza processos e promove a autonomia. Como resultado dessa sinergia, a transição para Dechra Brasil foi feita em apenas seis

meses, processo mais rápido entre as empresas já adquiridas pela Dechra em todo mundo. Sucesso semelhante ao resultado econômico. No ano fiscal de 2021, encerrado em julho, o faturamento chegou a R\$ 118 milhões, 23,3% acima do ano anterior.

A Dechra Brasil atua com produtos veterinários para bovinos, animais de companhia, equinos e suínos e um portfólio de mais de 60 produtos entre vacinas, soros hiperimunes, medicamentos, suplementos e kits diagnóstico. A empresa foi criada a partir da aquisição, no final de 2018, pela Dechra Pharmaceuticals, do controle da Venco Saúde Animal, empresa familiar fundada em Londrina em 1986 e uma das pioneiras no mercado brasileiro de soros antifúngicos veterinários. A Dechra Brasil responde também pelos mercados do grupo na América do Sul.

AR



André Paleari: “Pessoas com desafios e atuando contentes e orgulhosas”.



# +Bezerros

MAIS BEZERROS DO CEDO  
EM SEU REBANHO



[trvpmatsuda](https://www.instagram.com/trvpmatsuda)

(11) 5724-2000 | SP | R. S. MULLER, 1160

**MATSUDA**

# AgroGalaxy compra Agrocat Distribuidora

Aquisição vai permitir mais negócios em Mato Grosso e Rondônia

O AgroGalaxy comunicou em setembro a assinatura de Contrato de Compra e Venda de Ações para a aquisição de 80% da participação societária da Agrocat Distribuidora de Insumos Agrícolas Ltda. O contrato está sujeito a condições precedentes, entre elas a aprovação do CADE. Esta operação vai consolidar a posição de liderança do AgroGalaxy com mais de R\$ 5,7 bilhões em receita, dos quais R\$ 3,8 bilhões são em insumos (base de 2020). A compra será feita com caixa oriundo do IPO ocorrido em julho, e cujos recursos captados já foram canalizados para a aquisição da Ferrari Zagatto e agora da Agrocat, além da aceleração do crescimento orgânico através da abertura de novas lojas. “É um negócio transformacional para a companhia, que não só nos faz mudar de patamar em termos financeiros,

mas que fortalece muito nossa presença em uma das regiões mais importantes para a agricultura brasileira e com um enorme potencial de mercado, que são os estados de Mato Grosso e Rondônia”, disse Welles Pascoal, CEO do AgroGalaxy.

Esta é a segunda aquisição anunciada pela companhia em 2021. Em junho foi anunciada a aquisição da Ferrari Zagatto, cujo fechamento aconteceu em agosto. Em abril, também havia sido concluída a compra da Boa Vista. Estas três empresas somaram R\$ 1 bilhão em vendas de insumos em 2020, o que adicionaria R\$ 2,76 bilhões à base de insumos comercializados pela companhia no mesmo período, representando um crescimento de 37%. “A Agrocat é uma das distribuidoras de insumos agrícolas mais importantes do país, com uma bela história de mais de 20 anos e sócios apaixonados pelo negócio e pelo sucesso de seus clientes – e essa é uma característica também do AgroGalaxy. Tenho certeza de que essa parceria entre AgroGalaxy e Agrocat continuará levando o melhor do mercado de insumos e serviços de ponta aos agricultores do Mato Grosso e Rondônia”, complementou Pascoal.

A operação com a Agrocat foi baseada em três grandes pilares: 1) a estratégia do AgroGalaxy de crescer

via fusões e aquisições em regiões onde ainda não possui atuação e de difícil penetração orgânica; 2) o potencial de acelerar o plano de crescimento das duas empresas por meio de sinergias e alavancas de criação de valor; 3) os altos níveis de profissionalismo da Agrocat, com times de gestão e operação bem alinhados, presentes no campo, e extremamente competentes. **AR**

## AGROGALAXY

# Atuando na comercialização de insumos agrícolas, produção e beneficiamento de sementes, originação, armazenamento e comercialização de grãos, prestação de serviços financeiros e agrícolas

# Têm marcas com mais de 30 anos no mercado

# Composto pelas marcas Rural Brasil, Sementes Campeã, Agro100, AgroFerrari, Sementes Boa Nova, Grão de Ouro, Boa Vista e Ferrari Zagatto

# Perto de 8 milhões de hectares de área plantada

# 122 lojas | Presente em 9 estados | Mais de 20 mil clientes



Welles Pascoal, CEO do AgroGalaxy.

# Cresce procura por tecnologias de uso sustentável do solo

Distribuidora de insumos leva agenda ESG para o agro, tem adesão dos agricultores e estima faturamento de R\$250 milhões em 2021

As distribuidoras de insumos agrícolas trabalham com a expectativa de mais um ano de crescimento nas vendas de produtos para o plantio da safra 2021/2022, que está em andamento em várias regiões do país. Essa estimativa é amparada não só pelo bom momento vivido pela agricultura brasileira, que teve uma alta de 14,77% no PIB do segmento primário agrícola no primeiro trimestre de 2021, mas também pela mudança de posicionamento do setor em relação à parte ambiental.



O executivo César de Oliveira, CEO da Cultura Agromais.

O agricultor brasileiro está apostando mais em tecnologias, como a agricultura regenerativa, para atender às atuais demandas do consumidor, que tem cobrado uma produção de alimentos ambientalmente correta e socialmente justa. “Não dá mais para produzir sem se preocupar com a saúde do solo. É preciso preservar a terra, que é o motor de tudo. Não adianta adotar ferramentas financeiras, comprar as melhores sementes, se não adotar tecnologias de regeneração do solo”, assegura César de Oliveira, CEO da Cultura Agromais, distribuidora de insumos que atende mais de 20 municípios mineiros nas regiões do Alto Paranaíba e Triângulo Mineiro. A empresa estima um faturamento de R\$250 milhões em 2021. Para os próximos cinco anos, a Cultura Agromais pretende atingir R\$500 milhões em faturamento com a abertura de novas unidades em Minas Gerais.

A agricultura regenerativa atende ao propósito da empresa de levar uma agenda ESG (Environmental, Social and Governance) para o campo. “Estamos trabalhando com foco ambiental e sustentável, oferecendo soluções que cuidam da regeneração do solo. O agricultor brasileiro está cada vez mais consciente de que precisa investir em tecnologias, tais como as plantas de cobertura, que recuperam o valor do solo, garantindo um elevado potencial produtivo das culturas de forma sustentável e rentável”, explica Oliveira.



Plantas de cobertura na lavoura de café.

O cafeicultor Marcelo Montanari decidiu adotar a agricultura regenerativa em sua propriedade em Patrocínio/MG, visando a produção sustentável de café. “Estamos implantando em uma parte da fazenda, utilizando plantas de cobertura. É um desafio, pois estamos adotando uma tecnologia diferente da convencional, mas acredito que proporcionará uma sinergia muito boa com a lavoura de café”, conta Montanari, quarta geração à frente dos negócios, que vem recebendo orientação técnica da equipe da Cultura Agromais na adoção e aplicação da tecnologia.

Dentre os vários benefícios, as plantas de cobertura elevam o número de nutrientes no solo e ajudam a reduzir a incidência de plantas daninhas. Elas ainda sequestram carbono, ligado diretamente à fertilidade do solo, e são eficientes em manter e elevar os estoques de matéria orgânica na área de lavoura.



## Rede Catena cria modelo para distribuidores regionais

Grupo oferece apoio na gestão, negócios mais fáceis, força da marca e independência aos clientes, para fortalecer a cadeia produtiva de insumos



Com o objetivo de tornar o distribuidor independente local a melhor opção de canal para a indústria e o produtor rural, a Rede Catena Distribuição de Insumos Agrícolas foi criada em 2020 por distribuidores e executivos vindos da indústria de insumos agropecuários, que se uniram para criar um sistema único, que torna o distribuidor local melhor preparado para atuar em um mercado cada vez mais dominado por grandes empresas. A partir da ideia de que juntos todos são mais competitivos, a Rede Catena oferece apoio à gestão a partir da atuação de executivos experientes que tratam de desafios comuns e individuais de cada empresa, buscando maior representatividade no mercado, para atrair cada vez mais parceiros financeiros e tecnológicos, tornando a relação com os fornecedores atuais de cada Unidade cada

vez mais produtiva e sólida. Tudo isso valorizando a independência de cada empresário, preservando o jeito de ser e, principalmente, a decisão de escolher seus fornecedores e portfólio de produtos, consultores e demais parceiros durante toda a relação.

Para isso, a Rede Catena oferece metodologia, conhecimento, inteligência de mercado e serviços que apoiam as Unidades, seus fornecedores e clientes. Segundo explica Marcelo Soares, diretor da Rede, os distribuidores locais são empresas ágeis e conhecedoras dos desafios do produtor daquela região. "Ou seja, quando esses distribuidores passam a contar com o suporte de uma equipe profissional nas áreas financeira, digital, marketing e de negócios, eles se fortalecem e passam a ser competidores sérios, mesmo no mercado consolidado", afirma.

Soluções para o Distribuidor - Sem interferir na maneira de cada empresa atuar comercialmente, nem em suas parcerias de negócios e fornecedores, a Rede Catena traz orientação e soluções em áreas estratégicas e que exigem certo nível de especialização, como Finanças, Digital, Marketing e Relações com Mercado. Este apoio é realizado de forma personalizada, segundo a necessidade de cada empresa e é organizado em quatro áreas. A área Financeira contempla diagnóstico de gestão empresarial, direcionamento estratégico, expansão do limite de crédito, busca de fontes alternativas de financiamento (fornecedores, bancos, mercado de capitais e outros), incluindo o acesso a créditos tipicamente disponível para empresas maiores.

Já a Digital aborda a presença da empresa na internet, orientando para aproximação do cliente via digital. Busca de mecanismos para geração de tráfego, geração de leads, e a busca de um caminho para fazer negócios online, com ferramentas digitais alternativas ao "marketplace". O apoio ao Marketing tem a missão de buscar melhor reconhecimento do distribuidor independente pelo mercado, através do fortalecimento da marca "Rede Catena". Orientação na construção da marca de cada Unidade, que nunca perderá seu protagonismo, inclusive com a gestão de comunicação e propaganda, manutenção de website e páginas das Re-



Marcelo Soares, diretor da Rede Catena.

des Sociais individuais das Unidades. Por fim, o setor de Relações com o Mercado oferece diagnóstico de competitividade e oportunidades, apoio à tomada de decisão com base em inteligência de mercado, relação institucional com fornecedores, orientação das compras e busca de produtos não fornecidos pelos fornecedores atuais em mercado aberto através da nossa “Mesa de Compras”, desenvolvimento de projetos importação ou exportação (trading proprietária).

Outro ponto de apoio é o incentivo ao processo de inovação de produtos e serviços, visando maior impacto no pro-

ductor. “Os temas técnicos têm enorme interesse dos nossos membros e promovemos a difusão de conhecimento e a construção de uma visão de futuro no uso das tecnologias, que trarão maior impacto no produtor. Coordenamos um programa de ensaios, compartilhamos resultados”, conta Marcelo Soares. E completa: “Acreditamos que a força institucional da Rede Catena, derivada da experiência de cada membro, da representatividade do volume de negócios e do conhecimento do nosso time profissionais, será catalisador do desenvolvimento de cada membro individualmente e dessa cadeia produtiva como um todo”.

AR

## SOLUÇÕES REDE CATENA

Finanças / Digital / Marketing | Marca / Relações com Mercado

## REDE CATENA DISTRIBUIÇÃO DE INSUMOS AGRÍCOLAS

# Criada em 2020 por distribuidores e executivos da indústria de insumos agropecuários

# Sete unidades em São Paulo, Mato Grosso, Tocantins, Bahia, Piauí e Rio Grande do Sul

# Lavoro conclui aquisição da Produttiva!

Empresa amplia presença no Brasil, investindo na primeira empresa em Minas Gerais

**D**ando continuidade à sua estratégia de expansão no Brasil, a Lavoro, maior distribuidora de insumos agrícolas da América Latina, concluiu o processo de aquisição da Produttiva Agronegócios. Fundada em 2007, a Produttiva é líder de mercado no Noroeste de Minas Gerais, com foco nos mercados de feijão e cereais. Atualmente, a empresa conta com mais de 30 colaboradores, distribuídos em duas unidades nos municípios de Paracatu e Guarda-Mor. “Essa é a nossa primeira aquisição em Minas Gerais e estamos muito felizes por marcar presença em um estado tão

promissor para o agronegócio brasileiro. A chegada da Produttiva fortalece ainda mais nosso propósito de trabalhar pelo protagonismo do agricultor, solidificando o seu crescimento, imprescindível ao mundo”, explica Marcelo Abud, CEO da Lavoro.

A estratégia de negócios da empresa contempla o crescimento orgânico das suas unidades e a aquisição de empresas que tenham sinergia com a companhia, assim como a ampliação das áreas de atuação das investidas ou a abertura de filiais em regiões em que ainda não estejam presentes. Entre as

aquisições e fusões realizadas desde 2017 estão as redes Lavoro Agrocomercial, Impacto Insumos Agrícolas, Agrovinci, Central Agrícola, América Insumos, AGSE (Colômbia), Grupo Cultivar, Denorpi, Deragro, Futuragro, Gral (Colômbia), Integra Insumos, Grupo Pitangueiras, Plenafértil, Producec, Qualicitrus, Realce, Produttiva, Cenagro (Colômbia) e AgroZap (A conclusão desta transação está sujeita à aprovação do CADE e a conclusão de outras condições precedentes). Em todo o país, cerca de 2,5 mil funcionários são empregados por empresas que fazem parte da Lavoro.

AR

# VETBR inaugura CD em Mato Grosso

Empresa alcança 11 mil m2 de área total de armazenamento e segue estratégia de crescimento

A VETBR, distribuidora de produtos para saúde animal, abriu o seu primeiro centro de distribuição em Mato Grosso, para atender criadores de animais de grande porte. Assim, a empresa ingressa no maior mercado de gado de corte do Brasil e segue a estratégia de expansão definida pelo Aqua Capital, investidor da empresa desde 2017 e maior gestora de private equity especializada em agronegócio da América Latina, para conquistar novos mercados e assumir a liderança em saúde animal no Brasil. O novo centro terá capacidade para setecentas posições paletes. Localizado no distrito industrial de Cuiabá, nas margens da BR-364, a principal rodovia do município, o centro é estratégico para a VETBR abastecer de medicamentos veterinários e produtos de saúde animal o maior mercado produtor de gado de corte do Brasil e, ainda, atender novas fronteiras da pecuária na região Norte. “Estamos montando uma operação para ser o maior distribuidor especializado de produtos de saúde animal do Brasil. Nossa estratégia é posicionar a VETBR em locais estratégicos e promover o crescimento em escala”, disse o executivo Antônio Fontes Machado, presidente da VETBR.

Com a nova implementação, a VETBR chega ao total de 11 mil metros quadrados de área para armazenamento, que abrangem mais de três mil tipos de itens ofertados em todo o país, entre medicamentos e nutrição para animais

de pecuária e de companhia. Além do centro mato-grossense, a VETBR construiu no primeiro semestre deste ano um CD de 1.000 m2 em Brasília (DF) e ampliou o centro de Goiânia (GO) de 800 para 1.800 m2. A VETBR ainda conta com outros 3 CDs (Minas Gerais, São Paulo e Espírito Santo), além de 2 cross dockings, um na cidade mineira de Contagem e outro em São Bernardo do Campo, na Grande São Paulo.

Desde a chegada do Aqua Capital, com a aquisição majoritária da empresa Casa da Vaca, a VETBR quintuplicou seu faturamento, de R\$ 80 milhões para R\$ 400 milhões projetados para o fechamento deste ano. Além do crescimento orgânico, a VetBR apostou em aquisições e diversificação dos negócios. Ainda em 2017, iniciou a distribuição com o parceiro Farmina, empresa de alimentos pet, marcando sua participação no segmento de pet food brasileiro, o terceiro maior mercado do mundo, que cresce a taxa de dois dígitos por ano. Com uma série de aquisições no segmento pet, como as empresas Alfa Distribuidora, de Minas Gerais, em 2018, e Gretha, de São Paulo, em 2019, houve expansão da capilaridade que equilibrou o perfil de vendas da VETBR, com metade do faturamento originada na área de pecuária e a outra metade no segmento de animais de estimação. Hoje, a VETBR é a única empresa no Brasil com vendas para lojas agropecuárias e pet com portfólio de produtos técnicos e especializados.

“Fortalecemos a estrutura de capital da VETBR, transformação e profissionalização para a empresa consolidar sua posição na demanda crescente de produtos de saúde agropecuária e pet de todo o País”, explicou Enrico Zito, Operating Partner do Aqua Capital.

Apesar dos desafios provocados pela crise pandêmica na economia mundial desde 2020, o mercado de saúde animal e food segue em expansão no Brasil. No segmento de agropecuária, por exemplo, o preço da arroba do boi alcançou patamar histórico em junho de 2021, favorecendo as vendas de medicamentos veterinários. Já no pet food, destaque para o avanço do número de doações de animais de companhia pelo brasileiro, que potencializa as vendas de vacinas e ração. “Nesse contexto, a VETBR está apoiada nos pilares de forte estrutura de vendas, ampliação no mix de produtos e maior aproximação das indústrias parceiras de produtos de saúde animal para ganhar market share”, concluiu Antonio Machado. **AR**

## AQUA CAPITAL

- # Fundado em 2009
- # Gestora independente de private equity
- # Filosofia: expandir empresas com potencial de liderança e crescimento no agronegócio e na cadeia alimentar
- # Tem sob gestão US\$ 650 milhões em ativos
- # Conta com mais de 30 aquisições e posições de controle em 11 plataformas na cadeia do agrialimento

# Gira, AgTech do Santander, abre rede de lojas

Confresa e Matupá (CO) terão as primeiras lojas com oferta de *barter* para pequenos e médios produtores

**A**pós vender 80% de sua titularidade ao Santander, em 2020, o Gira, AgTech de recebíveis do agronegócio, inicia a abertura de lojas físicas nas cidades de Confresa e Matupá, em Mato Grosso, e planeja a expansão ainda em 2021. A startup oferece a pequenos e médios produtores operações de *barter*, que consistem na antecipação de insumos em troca de parte da produção futura. A expectativa para este ano é comercializar 300 mil toneladas de grãos, entre milho e soja, ou seja, 20 vezes mais sobre as operações de 2020, quando o Santander ainda não era sócio majoritário. O Gira terá seis lojas no total, com atendimento a clientes em toda a região Centro-Oeste e nos estados de São Paulo, Minas Gerais, Tocantins e Pará. Por hora, as operações da AgTech são limitadas a R\$ 10 milhões por produtor ou áreas de até dois mil hectares. “Este resultado pode ser alcançado devido à capilaridade da nossa operação, o que nos faz agregar produtores não bancarizados ou por

não terem garantias além de sua própria produção”, diz Gianpaolo Zambiasi, CEO do Gira.

Para Carlos Aguiar, diretor de Agronegócios do Santander, a expansão do Gira fortalece os serviços do Banco para o setor, principalmente para os pequenos que dependem de *barter* para assegurar a produção. “Esta modalidade favorece o produtor na medida em que oferece um custo baixo e o protege contra variações de preços, entre outras vantagens. Hoje, além da estrutura do Gira, temos uma rede de atendimento exclusivo como parte do nosso modelo de negócios e já contabilizamos 41 ‘Lojas Agro’ no interior brasileiro para oferecer serviços financeiros e consultoria de negócios para os produtores”, afirma o executivo.

A empresa conta com plataforma tecnológica de ponta, capaz de garantir segurança às operações devido à revisão e registro digital das garantias fornecidas em contratos, além do monitoramento recorrente do desenvolvimento das produções como acompanhamento de riscos. “A vantagem do negócio, do ponto de vista do produtor, é a garantia de recebimento do insumo e competitividade, uma vez que consegue otimizar a precificação e valorizar o produto comercializado pelo Gira”, explica Zambiasi.

O Santander também dispõe de agências convencionais para atender o pú-

blico geral, com equipe especializada em serviços financeiros para o agronegócio, como crédito para a aquisição de máquinas e equipamentos agrícolas, financiamento de lavouras, entre outros. Desde 2016, a instituição vem reforçando esta estrutura e a carteira de crédito ampliada (que considera Recursos Obrigatórios e Livres, BNDES, Funcafé e os títulos CPR e CDCA) do Santander ao agronegócio chegou a R\$ 24 bilhões no fim de 2020, crescimento de 20% ante 2019 (R\$ 20 bilhões). **AR**

## GIRA

- # Duas lojas iniciais em Confresa e Matupá (MT)
- # Barter para pequenos e médios produtores
- # Meta: comercializar 300 mil toneladas de grãos de milho e soja em 2020
- # Operações até R\$ 10 milhões por produtor ou áreas de até dois mil hectares
- # Meta: seis lojas atendendo clientes no Centro-Oeste, São Paulo, Minas Gerais, Tocantins e Pará

## SANTANDER

- # Carteira do Agro em 2019: R\$ 20 bilhões
- # Carteira do Agro em 2020: R\$ 24 bilhões
- # 41 ‘Lojas Agro’ no interior brasileiro



Carlos Aguiar: “Rede Gira e 41 Lojas Agro Santander para atender os produtores rurais”.

# Que Distribuição é essa?

Venda tradicional, digital, franquia, consolidação, desafios, moedas digitais, antecipação do crédito, garantia de pagamento. O céu é o limite na revenda do Brasil

Renato Seraphin e Redação AgroRevenda



Vivemos uma nova dinâmica na agricultura brasileira e, principalmente, na distribuição de insumos. A consolidação e inovação que assistimos também ocorrem em outros segmentos, como no mercado automobilístico e de alimentos e bebidas. Com participação ativa das startup's e empresas que não estavam no radar há tempos atrás. São 1.567 só para o agronegócio. AgTechs. Antes, depois e dentro da porteira. Nosso competidor hoje pode estar nascendo em uma garagem ou dentro de uma sala de faculdade. Precisamos ficar de olho. A

indústria passou por intensa consolidação. Já tivemos até 60 empresas de químicos e hoje não passam de doze. Quatro dominam 70% do negócio brasileiro. O que ocorre hoje na distribuição é semelhante ao que se passou nos químicos e insumos. E 80% do que produzimos de fertilizantes e insumos vêm da Ásia e da China. A dependência está ficando ruim para todo mundo. Brasileiros, americanos e europeus. Reverter essa estratégia vai ser fundamental. Só no Glifosato, 95% do que nós consumimos são do 'gigante vermelho'. Qualquer problema que o afete, como

agora, com energia e containers, faz subir os preços e pode colocar o abastecimento mundial em risco.

A Safra 2021 – 2022 já está sofrendo. O custo dos fretes subiu cinco vezes, a China está com racionamento de energia e tudo vai repercutir nos valores dos insumos. Aliás, já faltam vários produtos que a fazenda necessita, incluindo um atraso com os fertilizantes. Um cenário que leva a uma indagação profunda. Nosso país poderia amortecer esses contratemplos se tivesse elaborado um plano estratégico para

o Agro, que é um segmento chave da nossa economia. O Brasil não tem um planejamento para a nação desde a ditadura militar. E olhe que somos uma potência mundial alimentar, temos poucas empresas de químicos, a maioria dos insumos agrícolas é importada. Temos que rever nossa postura e nossas políticas para evitarmos solavancos.

Na Distribuição Brasil, quatro cooperativas e seis distribuidores vão ser firmar como 'Top 10', abrangendo hoje, já, 25% do mercado. Porém, devem atingir até 50% dos negócios nos próximos cinco anos. E tenho essa convicção ao olhar o mercado americano. Lá, sete distribuidores, sendo quatro cooperativas e três empresas, dividem 70% do mercado. O porte norte-americano é muito semelhante ao brasileiro. Cerca de R\$ 160 bilhões aqui e US\$ 30 bilhões lá. Mas nós vamos ser ainda maiores que os EUA nos insumos. As cooperativas também começam a fazer parte dessa movimentação em nosso território, como se verificou na América. Fusão de cooperativas, Coopercitrus comprando a Coparaíso, CVale adquirindo a Coatol. Precisamos prestar atenção. Já alertei que o que vivemos hoje no Agronegócio, na distribuição, também se passou com supermercados, farmácias, eletrodomésticos e eletrônicos. E attem que a distribuição equivale à metade do setor de varejo, e farmácia e eletrônicos juntos. É por isto que chama a atenção de multinacionais e fundos de pensão de vários países. Existe muito espaço para crescimento aqui. Além de que 30% das vendas são feitas diretamente pela indústria ao agricultor. Com grandes produtores brasileiros cuidam hoje de 20% dos insumos.

Outro ponto importante é a mudança do perfil do lavrador brasileiro. Ao contrário dos Estados Unidos, os filhos de nos-

os produtores saem das faculdades e assumem o lugar do pai. E gostam de rentabilidade, meios digitais, boa informação e usam o WhatsApp como principal ferramenta de compra, cotações, barganha. Não recebe mais fornecedores no campo. Uma mudança de paradigma. Aliás, se dissecarmos a Fazenda Brasil, encontraremos quatro tipos de empreendedor rural. O inovador, homem de negócios, influente, que vai ser o primeiro a adquirir as novas tecnologias. O que só pensa em preço, vai comprar genérico, sempre de olho no custo/benefício. Aquele que gosta de conveniência, fecha negócio da semente à colheita com você resolvendo tudo para ele. Por último, tem o que prefere o relacionamento, procurando ficar mais próximo com o distribuidor. Precisamos entender, conhecer e trabalhar com esses comportamentos distintos.

Outra mudança importante é o aumento da concorrência. Você acompanha, atualmente, as cooperativas saindo da Região Sul em direção ao Cerrado e Paraguai, modelos de 'franqueados de um homem só', transformando o Engenheiro Agrônomo em um profissional

## **SOBREVIVÊNCIA DA DISTRIBUIÇÃO**

- # Verticalizar
- # Tecnologia
- # Ter proposta de valor
- # Interagir com frequência
- # Usar os dados com inteligência
- # Ter visão de longo prazo
- # Segmentar os públicos
- # Investir em novos profissionais
- # Manter parcerias sólidas e duradouras
- # Ser simples, cuidar dos fundamentos do processo de uma companhia

de negócios, semelhante às vendedoras da Avon de antigamente, e até por causa da rigidez de nossa Lei Trabalhista. Franqueadoras, novos grupos, marketplaces, espaços digitais de comercialização, revendas próprias, modelos diferentes de negócios, vendas de insumos em sites de eletrônicos e eletrodomésticos. Um profissional atualizado, plugado na internet, com um parceiro de logística competente pode tranquilamente dispensar um ponto de venda. Gente do porte de Magazine



Atendimento e entrega são fundamentais para o negócio.

## MERCADO INSUMOS 2022

- # Químicos: R\$ 63,9 bilhões
- # Fertilizantes: R\$ 63,8 bilhões
- # Sementes: R\$ 21,7 bilhões
- # Especialidades: R\$ 16,5 bilhões (micronutrientes, biológicos, fertilizantes foliares e bioestimulantes)
- # 47% dos negócios com distribuidores | 6 mil pontos de venda no Brasil
- # 26% dos negócios com as cooperativas
- # 27% dos negócios com a indústria
- # 450 mil grupos produtivos | 5 milhões de produtores

Luiza, Amazon, Mercado Livre e Toniatto entrando no mercado. AgTechs interligando os elos da cadeia para a tecnologia ser colocada na frente da porteira do produtor. Experiências vitoriosas servindo de exemplo de lucratividade e aumento no número de consumidores: Rede Swift da JBS, Grupo OBA, Telemedicina da Unimed, Ifood, etc. Precisamos observar o que estamos vivendo.

E tem a transformação digital envolvendo feiras, exposições, dias de campo, marketplace. O agricultor não vai receber mais o profissional que visita a fazenda. Ele vai optar pelo digital. Quem atua na venda de insumos necessita criar o próprio espaço de interação com o cliente final. O raio de abrangência com o digital aumentou muito. As plataformas chegam a milhares de pessoas. E, ao fim, o sexto ponto é a indefectível postura de sustentabilidade total da fazenda. Meio Ambiente, Sociedade e Gestão. Com o agricultor sendo remunerado por isto. Temos tarefas, mas também temos predicados, entregamos bastante à sociedade. Precisamos criar uma frente de informação concreta, honesta e intermitente. Fazer comunicação positiva. Um exemplo: reciclamos todas as embalagens de defensivos. Ninguém no mundo faz o mesmo. E estamos bem à frente de muitos agricultores, no planeta inteiro.

Voltando a outros desafios, vamos olhar para o retrato do negócio. Os nossos maiores mercados em 2022 são os químicos, com R\$ 63,9 bilhões. Fertilizantes, com R\$ 63,8 bilhões. Sementes, com R\$ 21,7 bilhões. E especialidades (micronutrientes, biológicos, fertilizantes foliares, bioestimulantes), com R\$ 16,5 bilhões, sendo este o que mais avança. 47% dos negócios estão nas mãos de distribuidores, com 6.000 pontos de venda, quase um para cada município brasileiro. 26% com as cooperativas, ainda muito fortes no Sul. E 27% diretamente pela indústria. Todos atendendo 450 mil grupos e cinco milhões de produtores. A venda direta tende a crescer com logística e tecnologia, pois consegue diminuir bem o custo. Por outro lado, as margens

dos distribuidores vêm caindo nos últimos anos. Pouco mais de 4%, falando de hoje em dia. Basta conferir quem está com dados na Bolsa de Valores. A inadimplência aumentou e, por isso, cresce a busca por Crédito, Cédula do Produtor Rural (CPR) e FinTechs. Temos grupos com faturamento de R\$ 6 bilhões e resultado final de 3% ou 4%. Não é fácil para o mercado em geral entender esse balanço.

Uma das buscas eternas é a Tecnologia. Mas também logística, prazo de entrega, venda, por o produto na mão do cliente, fidelidade, confiança. Não adianta oferecer apenas a plataforma, inteligência artificial. O gargalo é a Logística. O cliente ter o que ele quer, na hora certa. O entregador hoje vai para dentro da indústria e leva logo a tecnologia para o comprador. Temos que ligar conhecimento a bom produto, serviço de excelência. Abrir loja já foi uma estratégia. Em muitos casos, pode ser um grande 'elefante branco'. E a inovação do Agro não vem mais das grandes corporações e sim das pequenas empresas. Similar ao caso da explosão das empresas de tecnologia. Google, Facebook, Apple, Amazon. Elas cresceram porque compraram quem estava 'pareado' com eles. Whatts app, instagram, etc. É a Era do Boom das

## ACESSO DE MERCADO DE INSUMOS NO BRASIL

- # 49% com os distribuidores
- # 27% com as vendas diretas
- # 24% com as cooperativas

## DESAFIOS DA DISTRIBUIÇÃO

- # Consolidação da Indústria e dependência da Ásia
- # Consolidação da Distribuição e Plataformas de Negócios
- # Mudanças, perfil e exigências do produtor
- # Concorrência multicanal e modelos de acesso
- # Transformação digital
- # Maior preocupação ambiental

## COMPORTAMENTO DO PRODUTOR RURAL

- # Inovador: homem de negócios, influente, o primeiro a adquirir novas tecnologias
- # Consumidor: só pensa em preço, compra genérico, sempre de olho no custo/benefício
- # Conveniente: fecha da semente à colheita com um só distribuidor, que resolve tudo para ele
- # Parceiro: gosta do relacionamento, fica mais próximo do distribuidor

AgTechs. A única dúvida é se elas vão crescer até virar unicórnio ou serem compradas pelas grandes.

Então, para onde caminha a Distribuição de Insumos Agrícolas e Veterinários do Brasil? Somos o maior mercado do mundo, ao lado dos americanos, e estamos em pleno crescimento. E vamos ultrapassá-los. O agricultor ianque investe US\$ 270 dólares por hectare enquanto o nosso põe até 490 dólares por hectare. É que temos que controlar pestes, doenças e ervas daninhas nos trópicos. Obstáculos que eles não enfrentam. Assim como o produtor argentino, que gasta menos em fertilizantes por conta das condições de solo e temperatura. Esse é um item disruptivo, mas eles não fazem três safras por ano como a gente consegue fazer. Infelizmente, nosso país patina com burocracia, avanço lento da boa logística, ambiente ruim de negócios e demora no acesso rápido às novas tecnologias. Por outro lado, temos grandes agricultores no Cerrado, plantando soja, milho e algodão. São grandes empresários. Metade do negócio nacional. Temos o sul do país, com 600 mil agricultores, pequenos e com mentalidade cooperativa. Plantam milho, soja, feijão e trigo. E o 'Brasil do meio', diferente, com cana de açúcar e os pequenos em café, vegetais, frutas e hortaliças. Nós é que temos que entender melhor o nosso agronegócio. Como ajudar, informar melhor os produtores. É importante para nós tomarmos essa

iniciativa. Como chegar aos cooperativistas e aos empreendedores isolados, menores, que precisam de outro tipo de informação. Entendê-los. São 'três brasis' em um só. Quase a totalidade da agricultura brasileira está desenhada assim. 552 contas ou grupos que plantam mais de 20 mil hectares. Cana e café. 2.478 grupos/agricultores que plantam entre 3 mil e vinte mil hectares. 27 mil contas de 500 a 3 mil hectares. E 375 mil que plantam de 50 a 500 hectares. Se a indústria deseja atender direto, ela conseguirá atingir o objetivo sem problemas com 30 mil agricultores. E o dilema da Distribuição é como ser eficiente para não ser atropelada pela indústria e por tantas transformações. O mercado não é tão grande para você chegar nele. Uma coisa é atender 200 milhões de consumidores e apertar os fornecedores como faz as redes de varejo. Outra realidade é estar em um espaço onde não é difícil atender direto. Mas temos hoje no Brasil aproximadamente 100 mil agrônomos. Se pegar um deles para cada quatro ou cinco clientes, não é difícil montar um exército e atender esse público todo.

E o importante é que a base da entrada é o conhecimento. E com tecnologia e competência, um só profissional consegue atender muitos agricultores, ser distribuidor. Quantos negócios não podem ser montados assim? Não é para se desesperar com a consolidação. Tem espaço para todo mundo. Existem diversas

maneiras de mostrar a sua tecnologia. E pode contar com uma barganha enorme do produtor, que está com uma margem de lucro que passa de 14%. Tem que aprender a trabalhar com ele. Capitalizar, hoje em dia, só mesmo os fertilizantes. O resto não está conseguindo. E as cooperativas mais verticalizadas, como Coamo, CVale e Lar vão estar entre os dez mais. Tem clientes fiéis e resultados muito positivos. O importante é entender a jornada do cliente e tentar resolver quatro questões que atormentam os produtores rurais: como aumentar a produtividade? Como reduzir os custos? Como assegurar a comercialização? Como reduzir os riscos dele? É uma jornada de quatro fases. Investigação, planejamento, experiência e resultado. Cada uma ao longo da atuação dele na safra. Estar onde ele está. E pensar em um modelo para oferecer a ele. Certamente, os modos de acesso ao mercado vão se dar por três caminhos: Grandes Distribuidores e Cooperativas, Pequenos e Médios Distribuidores, e as Franquias. Cada um com suas especificidades. Escala, capilaridade, governança, capital, gerenciamento de riscos, especialistas, conhecimento dos clientes, agilidade, controle de equipe e crédito, marca, foco em empresa, direcionamento. E como sobreviver diante desta nova dinâmica? Os mantras são verticalizar, ter proposta de valor para atender o cliente, usar a tecnologia para interagir com frequência, usar os dados com inteligência, ter visão de longo prazo, segmentar os públicos, investir em novos profissionais, usar bem a tecnologia, estruturar uma proposta de valor adequada, investir em parcerias sólidas e duradouras, e ser simples, cuidar dos fundamentos do processo de uma companhia. É foco no cliente, ter as melhores pessoas, medir e controlar, excelência nos processos, bons produtos e sempre medir e controlar para saber se estamos indo na direção certa. 

# Perspectivas 2022, 2023, 2024...2050!

Não importa tanto sabermos das previsões sobre o futuro. E sim o que devemos fazer para chegar lá bem

Imagem internacional do Brasil. Amazônia. Sustentabilidade. Três palavras que perseguem e castigam sem dó o Brasil há três anos. Lambada que vem de um lado a outro do planeta. E com o auxílio nada luxuoso da oposição política ao governo federal e das empresas de comunicação do nosso próprio país. Ao mesmo tempo, toda cadeia produtiva globalizada da economia mundial precisa conhecer o terreno onde pisa. E onde vai pisar. No caso do Agro Brasil, os desafios são surrados de tão imperiosos. Independentemente dos exageros. O fazendeiro, a indústria, a distribuição e a universidade já conhecem, de maneira geral, como vai ser 2022. Economia mundial crescendo depois da pandemia. Desarranjo logístico natural depois de uma hecatombe sanitária e econômica que paralisou o planeta inteiro. Mundo com fome de alimentos. Competição comercial acirrada como sempre. Desequilíbrio no fornecimento de insumos. E no Brasil? Panorama absolutamente

repetitivo, principalmente em ano de eleição presidencial. Juros instáveis, sopapos verbais, empresas receosas, investimentos paralisados, desemprego galopante, mídia incendiária, Executivo-Judiciário-Legislativo boicotando o país sem dó nem piedade.

Ainda bem que há um farol. Chamado de Agronegócio. Que cresce sem parar desde 1980. Com ditadura militar, Fernando Collor, Itamar Franco, Fernando Henrique Cardoso, Luis Ignácio da Silva, Dilma Rousseff, Michel Temer e Jair Bolsonaro. No crescimento robusto de 1994 a 2010. Na desgraça econômica de 2012 a 2016. E no avanço lento de 2017 até hoje. Produzindo superávit sobre superávit na balança comercial. Sustentando o Produto Interno Bruto 'verde e amarelo'. Um segmento que faz análises, planejamento, previsões e prognósticos sobre o futuro. Mas privilegia o trabalho, os caminhos, os desafios que

precisamos enfrentar, as soluções que precisam ser elaboradas para crescermos fortemente, criando empregos, evoluindo e distribuindo riqueza.

A Plataforma Agrovevenda encontrou todas as respostas para o futuro em um encontro tradicional do Agro, realizado no fim de 2021. A décima edição do Fórum LIDE Agronegócios. Gente robusta, tarimbada, que falou de agricultura sustentável e fez tributo a Alysson Paolinelli, um homem que ajuda bilhões de pessoas a se alimentar todo santo dia. Todos eles sabem que as respostas só chegam quando sabemos das tarefas que precisamos cumprir antes. Nós, do Agro. O que está apenas em nossas mãos. Vocês vão acompanhar a seguir a visão de quem gosta de especular o que vem por aí. Mas, ao mesmo tempo, labuta sem parar no presente, tendo escolhido as tarefas mais urgentes. Imagem internacional do Brasil. Amazônia. Sustentabilidade. Vamos esperar o futuro trabalhando?



“O agro pode ser o grande provedor de energia para este mundo novo. E gostaria de ver o Brasil com um mercado vigoroso de créditos de carbono do Renovabio, influenciando o resto dos países dentro deste esforço de diminuição na emissão de gases poluentes”.

**Rodrigo Simonato, Tereos**

“Nosso desafio é estar sempre correndo atrás do crescimento da população no Brasil e no mundo. Mantendo uma atividade sustentável, que garanta o abastecimento de toda essa gente e com uma boa imagem internacional”.

**Celia Pompeia, Vice-Presidente Executiva do Grupo Doria e membro do Comitê LIDE**



“Vejo a sustentabilidade como um processo de reconciliação entre os sistemas humano e a natureza. E a maior força motriz para a sustentabilidade é a Agenda 2030, da Organização das Nações Unidas (ONU), que tem capacidade para mobilizar e convencer as pessoas de que é possível prosperidade econômica com desenvolvimento sustentável. Desde que a agenda de sustentabilidade ganhou força no mundo, o Brasil partiu para a agricultura sistêmica e multifuncional. Precisamos entregar valor ao mundo e não apenas produtos. Um ótimo exemplo é Programa Renovabio, baseado em métricas de emissões e que premia os produtores de etanol que cumprem as metas dos preceitos de sustentabilidade”.



**Maurício Lopes, Pesquisador da Embrapa Agroenergia**

“Temos um pacto mundial a favor da sustentabilidade e do clima, e uma medida de grande convergência é a criação de um mercado global de carbono, um artifício criado por lei e com métrica, que tem um componente científico, mas vai além. Sabemos quanto custa uma saca de soja, mas quantos carbonos estão presentes nessa soja? A maneira como se computa a métrica atinge critérios com potencial de criar resultados diferentes dependendo do clima, ambiente de produção, produtividade e outros fatores. O movimento do mercado são as metas estabelecidas para o funcionamento deste mercado. Enquanto a Europa e os Estados Unidos resolverem fazer isso, é uma decisão deles. E quando for decisão para os produtos comprados pelo mundo, e a régua e a própria capacidade do seu produtor local? Ao fazer isso, vale para nós também. E não participamos dessas discussões. A Europa tem corrido atrás deste mercado porque quem sai na frente leva, é regra de qualquer mercado em rede. Assim venceram twitter, facebook, whatsapp, etc. Isso exige cautela do Brasil. Olhar o movimento do mundo, da Ciência, como ela nos influencia. Os padrões ainda estão sendo discutidos e temos que criar nossas defesas. Ciência da terra e ciência institucional. Para nos defender e nos posicionar com um discurso qualificado no mundo. Para termos nosso protocolo de carbono. Ganha quem sai primeiro e apresenta respostas com organização e celeridade”.



**Daniel Vargas,**

**Professor da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e diretor de Pesquisa do FGV Agro**

“Os maiores desafios na pecuária são o combate ao desmatamento ilegal, o fortalecimento de uma agenda comum e positiva, e a diminuição do radicalismo. Temos que desassociar o agro da imagem do desmatamento e associá-lo à imagem da conservação. Contar para o mundo que temos um Código Florestal, que precisa ser implementado, valorizar a nossa biodiversidade. Criar uma agenda que una produtores, indígenas, governo, pessoas de bom senso que querem produzir com conservação”.



**Caio Penido, Vice-presidente da GTPS Pecuária Sustentável e integrante do Conselho do Grupo Roncador**

“O Brasil precisa estar ao lado da Índia no futuro. É uma nação que precisa do nosso país. E vai se tornar a terceira maior potência econômica do planeta. Existem vários elementos que nos unem na Agricultura. Somos economias muito similares. A classe média hindu cresce sem parar. São consumidores grandiosos de diversos produtos, como grão de bico, lentilha, vários tipos de feijão e maçãs. Temos que produzir para a Índia. Eles sabem que necessitam comprar tecnologia e produtos de fora. É o caso, também, da exportação de açúcar e etanol do Brasil. Trabalhamos nesse sentido com o apoio da ÚNICA. É um setor que mistura energia, agricultura, sustentabilidade, melhora social, combate às mudanças climáticas. Enfim, é uma relação que tem que estar na nossa agenda. Uma aproximação extraordinária para o agronegócio brasileiro”.



**André Corrêa do Lago, Embaixador do Brasil na Índia**

“São muitas demandas no futuro. O Agronegócio do Brasil mostrou maturidade durante a pandemia, mas, para continuar crescendo e ajudando a economia brasileira, temos que tratar bem das questões internacionais, cuidar da nossa imagem, desenvolver as novas tecnologias e cativar os nossos principais mercados de destino. Oferecer a garantia da segurança alimentar para esse mundo que só cresce. E precisamos agir no caso do material escolar básico que hoje é distribuído aos alunos, às crianças, que já vêm com distorções sobre o perfil do produtor rural brasileiro”.



**Mônica Bergamaschi, Presidente do LIDE Agronegócios**

“A evolução do Agronegócio brasileiro nas últimas décadas é extraordinária. Isto nunca ocorreu, em nenhum lugar do mundo. Plantio direto, tratores com tração dupla, sem direção, produtividade explodindo. Precisamos descaracterizar o conceito de Amazônia Legal porque é muito antigo. O que precisamos preservar é a Floresta Amazônica. E divulgar nossa postura de um país de paz”.



**Luiz Fernando Furlan, Chairman do LIDE**

“O futuro é acelerarmos a regularização das atividades agropecuárias no Estado, implementando efetivamente o Código Florestal brasileiro. Integração lavoura pecuária que muda a renda e a vida das pessoas do campo. É a terceira revolução do Agro Brasil. Já são 17 milhões de hectares no país inteiro. 349 mil propriedades rurais, metade abaixo de 20 hectares”.



**Francisco Maturro, Secretário Executivo da Agricultura e Abastecimento de São Paulo**

“Na questão de energia, o Brasil é um modelo inigualável. Vento, água, biomassa, rios, álcool. Mas somos atacados fortemente por causa da Amazônia ao optarmos pelo confronto. Precisamos implantar o Código Florestal e fazer a regularização fiscal da Região Norte, que é um caos. Porém, são soluções que estão totalmente nas nossas mãos. Precisamos de uma liderança e uma ação mais intensa da iniciativa privada. Participar ativamente dos debates no exterior, falando em inglês, em milhares de fóruns. E acelerar programas em Integração Lavoura – Pecuária – Floresta, matriz energética limpa, baixo carbono, combater o desmatamento e as ocupações irregulares. E para de fazer tanto autoelogio. As pessoas fora do país precisam contar a nossa história. A melhor resposta é a científica. Precisamos aumentar a nossa presença internacional urgentemente, estar ao lado de países que procuram as mesmas saídas que nós. Dentre as várias atividades que estamos promovendo, destaco o curso de agro para adidos, diplomatas e funcionários do Governo. Outro, especificamente para jornalistas, com a publicação de dados sobre diversos biomas brasileiros. E tudo em inglês”.

**Marcos Jank, Professor de Agronegócio Global do Inspier**



“Não temos estratégia ou planejamento para agirmos no caso da floresta tropical. A própria abertura da Amazônia Legal, há décadas, foi espontânea. Necessitamos de uma ação estratégica. Convocar sábios, especialistas, papas de comunicação, jornalistas, agências de propaganda, Ong´s e falar com o mundo”.

**Roberto Paranhos, Presidente da Câmara de Comércio Brasil – Índia**



“Devemos focar nossa atuação e nosso discurso em ciência, dados e fatos, para avançarmos e termos argumentos contundentes. Dizer que a agricultura destrói a Amazônia não é verdade, isso é propagado por maus brasileiros. E, realmente, a iniciativa privada precisa ser mais atuante, aqui dentro e no exterior. Produzir dados e levá-los ao mundo. Precisamos criar uma estratégia”.

**Christian Lobauer, CropLife**



“Não podemos esquecer do desafio de combater a fome. Toda noite, 900 milhões de pessoas vão dormir no mundo sem ter comido ao menos uma refeição. Temos que colocar esse tema no centro dos debates. Temos que discutir o assunto da sustentabilidade, mas sempre tendo o ser humano como objetivo. E o Brasil hoje já é o celeiro do mundo, exportando para 190 países. Também queremos ser o supermercado do planeta”.

**João Dornellas, Presidente da Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA)**



“Em 60 anos, o Agronegócio brasileiro cresceu com base em quatro pilares: Tecnologia, Assistência Técnica, Crédito Rural e o Empreendedorismo dos Produtores. E agora temos um quinto elemento que é a Sustentabilidade. E a direção do segmento é para a Agricultura de Baixo Carbono (ABC). Vamos intensificar questões como fixação biológica de nitrogênio, florestas plantadas, plantio direto, recuperação de pastagem degradada, integração lavoura – pecuária – floresta e tratamento de dejetos animais. E em oito anos conseguimos cumprir as metas que firmamos no Acordo de Paris. E seguiremos usando a Ciência para encontrar respostas e diminuir os efeitos da produção sobre o meio ambiente. Mas também acelerar a regularização fundiária, o combate ao desmatamento ilegal, a assistência técnica. Consolidar a segurança jurídica, a imagem do setor, o Código Florestal e o pacto global em prol da segurança alimentar. Nosso potencial real de agricultura sustentável é de US\$163 bilhões até 2030”.



**Bruno Luchi, Diretor da Confederação da Agricultura e Pecuária (CNA)**

“Nosso grupo alcançou este ano 10 milhões de hectares cobertos em 150 municípios. E vamos avançar mais porque acreditamos demais no Agronegócio. E no tema Governança. E para o país seguir investindo em energia renovável vamos precisar contar com crédito e tecnologia. Só assim para termos produtividade crescente. Como os recursos oficiais são decrescentes, teremos que ‘beber’ do mercado aberto pelos ‘green bonds’”.



**Gustavo Couto, Grupo Vamos**

“O Agro do Brasil é extraordinário. E temos que nos espelhar no maior brasileiro vivo, Alysson Paolinelli, responsável pela maior revolução agrícola sustentável da história, para continuar investindo em ciência, informação e produtividade. Hoje, alimentamos 800 milhões de pessoas nos cinco continentes. E teremos que ajudar a alimentar mais três bilhões de pessoas até 2050”.



**Roberto Rodrigues, Embaixador Especial da FAO**

“Temos muito a fazer. E a Ciência vai continuar sendo a base do crescimento da humanidade. Não as armas. Mas alimento, um produto que o ser humano não pode ficar sem. E investindo sem parar em qualidade, principalmente depois da pandemia. Penso que devemos investir forte em fertilizantes biológicos e na integração de lavouras, rebanhos e florestas. São as principais áreas que exigem nosso foco nos próximos anos”.



**Alysson Paolinelli, Associação Brasileira dos Produtores de Milho (ABRAMILHO)**



# MAGNIVA

**INOCULANTES PARA SILAGEM**



**PARA CADA DESAFIO,  
UMA TECNOLOGIA  
ESPECÍFICA!**



**TECNOLOGIA NO  
CONTROLE  
DA SILAGEM**

ACESSE E CONHEÇA  
TODA A LINHA MAGNIVA



Magniva é uma marca comercial Lallemand Animal Nutrition.



**Biogénesis  
Bagó**

A evolução da saúde animal

LALLEMAND ANIMAL NUTRITION

**LALLEMAND**

# Agro Brasil mira China 2030

Sumário desvenda o agronegócio do gigante vermelho em dez anos e como o Brasil pode aproveitar



A população chinesa passa de 1,4 bilhão de habitantes. Gente que precisa comer. A China é o segundo maior produtor mundial de alimentos, mas não dá conta de abastecer todos. É por isso que é um dos maiores importadores. E compra principalmente do Brasil e dos Estados Unidos. Logo, nosso país precisa entender cada vez mais quais são as perspectivas de importação e exportação chinesas e qual papel temos neste cenário. Especialmente pelo fato dos chineses serem grandes compradores de produtos brasileiros, como soja, carne bovi-

na, de frango e suína. E eles querem mais. O que é excelente. Em abril passado, foi realizada em Pequim, capital chinesa, a 8ª edição da 'Conferência sobre as Perspectivas Agrícolas da China', que redundou em um documento intitulado 'China Agricultural Outlook 2021-2030'. Sendo assim, a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) fez uma parceria com a Investe SP em Xangai para elaborar um sumário executivo com o objetivo essencial de analisar os dados levantados sobre o assunto e introduzir o panorama do governo chinês para a próxima década,

visualizando os principais produtos agrícolas produzidos naquele País.

Mesmo sob os impactos do novo coronavírus e da Peste Suína Africana (PSA) no mercado de carne suína, o agronegócio chinês avançou bastante em 2020. Nas safras dos últimos seis anos, a produção de grãos se manteve acima de 650 milhões de toneladas. Em 2020, a produção anual de grãos alcançou 669,5 milhões de toneladas, um aumento de 0,9% em comparação à produção de 2019. Nos próximos 10 anos, a modernização da agricultura

e área rural do país terá enorme progresso, sendo uma forte base de apoio à oferta dos principais produtos agrícolas. A oferta de grãos, de culturas oleaginosas, algodão, açúcar, proteína animal e lácteos aumentará continuamente. Tópicos relacionados à ciência da saúde e à sustentabilidade serão ainda mais promovidos entre o mercado e os consumidores chineses. De 2021 a 2030, estima-se que a taxa média de crescimento anual da produção de milho, carne suína e lácteos fique acima de 2%. Já o consumo de proteína animal, ovos, lácteos e pescados deve aumentar 24,7%, 10,4%, 32,6% e 10%, respectivamente. Quanto às importações, a origem dos fornecedores da China será mais diversificada. As importações de açúcar continuarão crescendo, com previsão de que alcancem 5,52 milhões de toneladas em 2030. Quanto às importações de milho, carne suína e frango, a perspectiva é de que reduzam moderadamente, até 2030, para 6,5 milhões, 1,18 milhão e 650 mil toneladas, respectivamente, por causa da recuperação da produção doméstica de carne suína. As importações de soja devem se manter na faixa de 100 a 110 milhões de toneladas.

O estudo é baseado na suposição de que o Produto Interno Bruto (PIB) da China alcançará uma taxa média de crescimento anual de 4,9% até 2030. A taxa média de crescimento anual da renda disponível per capita urbana e rural está prevista em 3% e 6%, respectivamente, com base nos níveis de 2020 (sem considerar a inflação). O documento também é baseado na suposição de que o CPI (Índice de Inflação) da China mantenha níveis estimados entre 2% e 3% durante o período em perspectiva. Prevê-se que, nesses 10 anos, a taxa média de crescimento anual da população chinesa mantenha o nível por volta de 3%. A taxa de ur-

banização da China em 2030 é estimada em 70,1%. Além disso, os cenários deste estudo ainda abrangem outras variáveis, como economia e população mundiais; rendimento e consumo mundiais; preço do petróleo bruto no mercado internacional; taxas de câmbio e condições da produção agrícola, podendo ser citadas entre estas os recursos naturais, as políticas e tecnologias agrícolas.

### MILHO



Em 2020, a produção de milho alcançou 261 milhões de toneladas. Por causa da recuperação da criação de suínos vivos, a demanda pelo grão

alcançou 288 milhões de toneladas em 2020, um aumento de 2,1% em relação a 2019. Paralelamente, a importação de milho pela China em 2020 foi de 11,29 milhões de toneladas, sendo tal volume 135,8% superior ao registrado em 2019, atingindo novo recorde e ultrapassando a cota de importação estipulada para o ano passado. Como é um produto diretamente relacionado à segurança alimentar, a produção de milho terá apoio sustentado pelo governo chinês. Durante o período de previsão (2021-2030), o cultivo de milho irá se recuperar continuamente, assim como o consumo. A importação deve ter crescimento na primeira metade da próxima década e depois estabilidade na segunda metade. O preço do milho vai continuar alto, apesar das oscilações. Em 2021, a previsão é de que a produção de milho resulte em 272 milhões de toneladas. O consumo e a importação serão de 295 milhões e 20 milhões de toneladas, respectivamente. Na previsão do estudo, a produção de milho vai alcançar 305 milhões de tone-

ladas em 2025 e 332 milhões de toneladas em 2030. Por ser um ingrediente fundamental para rações, a previsão para 2025 e 2030 é de que o volume importado de milho continue a manter um grande volume nos referidos anos, de 6,2 e 6,5 milhões de toneladas, respectivamente, com uma taxa média de crescimento de 1,4% por ano no período estimado.

### SOJA

A soja é a oleaginosa mais cultivada no mundo. A produção de soja da China em 2020 aumentou 8,3% sobre o valor de 2019, alcançando 19,61 milhões



de toneladas e mantendo crescimento contínuo nos últimos cinco anos. Em 2020, o consumo de soja na China foi de 117 milhões de toneladas, 15,11 milhões de toneladas a mais do que em 2019. De forma inédita, em 2020, as importações de soja pela China ultrapassaram a marca de 100 milhões de toneladas, resultando em 100,33 milhões. Brasil, EUA e Argentina são os maiores fornecedores de soja à China; quando somados, responderam no referido ano por 97% do total da importação chinesa. Nesse contexto, o Brasil representou 64,1% das sojas importadas pela China; já os EUA e a Argentina tiveram participação de 25,8% e 7,4%, respectivamente.

Por causa da 1ª fase do acordo comercial assinado entre China e EUA, as importações de soja americana aumentaram 52,1% em comparação a 2019. Em 2021, a produção de soja deve chegar a 18,65 milhões de toneladas, uma queda de 4,9% sobre o valor de 2020. É previsto que esse volume alcance 20,87 milhões de toneladas em 2030. As importações de soja manterão o

volume em cerca de 103 milhões de toneladas em 2021. Em 2030, o volume estimado das importações de soja é de 110 milhões de toneladas, um aumento de 19,3% sobre o nível da base de previsão. Devido ao crescimento de custo e à grande demanda doméstica, estima-se que o preço da soja doméstica da China continue a se manter em um alto nível.



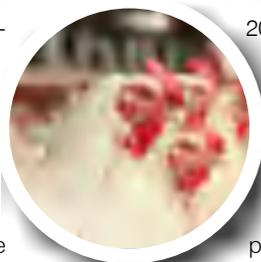
### CARNE SUÍNA

Em 2020, diante dos impactos do coronavírus e da Peste Suína Africana, o ciclo de criação, o estoque total de suínos vivos e a produção de carne suína continuam em queda, mas em ritmo lento. A produção de carne suína teve queda de 3,3%, quando comparada à produção de 2019, e totalizou 41,13 milhões de toneladas. No final de 2020, o estoque registrado de suínos vivos foi de 527 milhões de cabeças, 3,2% abaixo dos números de 2019. O consumo de carne suína em 2020 foi de 45,45 milhões de toneladas, uma apreciação de 2,2% sobre o valor de 2019. Por sua vez, os preços médios do suíno vivo e da carne suína em 2020 cresceram 60,2% e 55,3%, respectivamente. Consoante aos problemas existentes no mercado doméstico, em 2020, as importações de carne suína pela China registraram nível recorde. Segundo os dados da General Administration of Customs of the People's Republic of China (GACC), em 2020, o volume das importações de carne suína chegou a 4,39 milhões de toneladas, um aumento de 108% ante o volume de 2019. A China importa carne suína de 20 países fornecedores, com destaque para Espanha (21,9%), EUA (15,9%), Alemanha (10,7%) e Brasil (11%). É esperado que, em 2021, o estoque de suínos vivos se recupere até níveis

predecessores à peste suína. A produção de carne suína deve chegar a 49,27 milhões de toneladas, com um crescimento de 19,8% em relação a 2020. Estima-se que a produção de carne suína em 2025 ultrapasse o volume médio do 13º Plano Quinquenal (2016-2020), alcançando 57,72 milhões de toneladas. Nesta década (2021-2030), o número de suínos para abate e a produção de carne suína manterão uma taxa média de crescimento anual de 3,3% e 3,8% cada, para finalmente alcançarem a marca de, respectivamente, 713 milhões de cabeças e 59,98 milhões de toneladas até 2030. Quanto ao consumo, em 2021, o volume deve alcançar 52,97 milhões de toneladas, 16,5% acima do volume de 2020. Esse indicador apresenta tendência de crescimento sustentado, com previsão de 58,9 milhões de toneladas consumidas em 2025 e 60,98 milhões de toneladas em 2030. Devido às políticas contra a PSA, os produtos congelados devem ter aumento de participação no consumo cotidiano dos chineses. Essa proporção deve atingir 35% do consumo total em 2025 e 50% até 2030. No curto prazo, as importações de carne suína terão declínio de seu recorde, firmado em 2020, para 3,8 milhões de toneladas, em 2021. Na década em perspectiva, as importações de carne suína reduziram para 1,3 milhão de toneladas em 2025 e manterão um nível por volta de 1,2 milhão de toneladas até 2030.

### CARNE DE AVES

A produção de aves alcançou enorme crescimento em 2020 e chegou a 23,61 milhões de toneladas, um volume 5,5% superior ao de 2019. Como a produção de carne suína está em fase



de recuperação, a substituição do suíno pelo frango tem ganhado cada vez maior relevância na proporção de proteínas animais consumidos pelos chineses. Em 2020, por exemplo, a produção de aves passou a responder por 30,9% do total da produção de proteína animal na China. Em 2020, o consumo de frango cresceu 8,9% em relação ao consumo de 2019, alcançando 24,7 milhões de toneladas. Além do consumo e da produção, os dados da GACC também denotam que as importações de aves atingiram um novo recorde. Em 2020, o volume de importações atingiu 1,55 milhão de toneladas, um crescimento expressivo de 93,8% em relação ao volume importado em 2019.

As carnes de aves do Brasil, dos EUA, da Rússia, da Tailândia, do Chile e da Argentina, somadas, representaram 97,3% do volume total de importações pela China em 2020. Nesse contexto, o Brasil é o maior fornecedor de frango à China, respondendo por 44,2% do volume importado total. Espera-se que a produção de aves na China mantenha um crescimento moderado na próxima década. Em 2021, a produção deve chegar a 24,32 milhões de toneladas, 3% acima da de 2020. Em 2025 e em 2030, a produção de aves atingirá 25,27 e 25,55 milhões de toneladas, respectivamente. No que tange ao consumo, este terá um crescimento mais lento no período, com previsão de que alcance 24,84 milhões de toneladas em 2021. Esse volume deve registrar 25,45 milhões de toneladas em 2025 e 25,63 milhões de toneladas em 2030, com uma taxa média de crescimento anual de 1,3% nesse período. Na década em perspectiva, as importações de carne de aves reduziram inicialmente, a fim de prosseguir com estabilidade comercial. O volume estimado de carne de aves importada pela China em 2021 é de um milhão de toneladas, uma queda

de 35,5% em relação a 2020. Em 2025, as importações de carne de aves serão reduzidas para 700 mil toneladas e, em 2030, para 650 mil toneladas. A taxa média de variação anual deve ser de -3,7% nos próximos 10 anos (2021-2030).

## CARNE BOVINA E OVINA



As produções de carnes bovina e ovina têm mantido crescimento estável nos últimos anos. Em 2020, o volume da produção de carnes bovina e ovina foi de 6,72 e 4,92 milhões de toneladas, respectivamente, um crescimento de 0,8% e 1% para cada categoria ante o volume de 2019. O consumo de carnes bovina e ovina em 2020 cresceu 6,1% e 0,3%, respectivamente, registrando um valor de 8,84 milhões de toneladas para carne bovina e 5,29 milhões de toneladas para carne ovina. As importações de carne bovina foram de 2,12 milhões de toneladas em 2020, um aumento de 27,7% sobre as de 2019. Brasil (40%), Argentina (23%), Austrália (12%), Uruguai (11%) e Nova Zelândia (8%) são os principais exportadores de carne bovina à China. Rússia, Letônia e Polônia são os novos fornecedores. Em 2020, ao todo, 27 países exportaram carne bovina à China.

Quanto às importações de carne ovina, em 2020, o volume foi de 365 mil toneladas, uma queda de 7% sobre a importação registrada em 2019. Nesse setor, Nova Zelândia e Austrália são os maiores fornecedores da China e representaram, respectivamente, 55% e 42% do total das importações de carne ovina pela China. Nos próximos 10 anos, a pecuária chinesa irá se desenvolver e modernizar. A produção tenderá a se manter em estabilidade. Em 2021, é

estimado que as produções de carnes bovina e ovina alcancem 6,84 e 5 milhões de toneladas, respectivamente, um aumento de 1,8% e 1,6% em cada categoria sobre os números de 2020. Em 2025, as produções de carnes bovina e ovina serão de 7,29 e 5,33 milhões de toneladas e, em 2030, atingirão 7,9 e 5,76 milhões de toneladas, respectivamente.

Com a expansão da urbanização na China, há crescente demanda por proteína animal de qualidade, como as bovinas e ovinas. Assim, estima-se que o consumo cresça continuamente. Em 2021, o consumo previsto de carne bovina é de 8,99 milhões de toneladas, e, para ovina, é de 5,37 milhões de toneladas. Já em 2030, essa demanda alcançará 10,3 milhões de toneladas para a carne bovina e 6,2 milhões de toneladas para a carne ovina. No período em perspectiva, a taxa média de crescimento anual é de 2,3% e 1,8% para cada categoria mencionada. Devido ao alto custo de criação artificial, a China manterá sua importação de carnes bovina e ovina. Como o ciclo de criação de ovinos é mais curto do que o de bovinos, a dependência externa de carne ovina é menor do que a de carne bovina. Prevê-se que, em 2021, as importações de carnes bovina e ovina pela China cheguem a 2,15 milhões de toneladas e 370 mil toneladas, respectivamente. Em 2030, as importações serão de 2,4 milhões de toneladas de carne bovina e 440 mil de toneladas de carne ovina.

## OVOS

A China é o maior produtor e consumidor de ovos no mundo. Em 2020, a produ-



ção de ovos da China atingiu 34,68 milhões de toneladas, 4,8% acima de 2019. O consumo de ovos em 2020 foi de 34,49 milhões de toneladas, um aumento de 4,6% em relação ao de 2019. Nesse contexto, o consumo de ovos frescos representou 77,2% sobre o consumo total, sendo ele de 26,62 milhões de toneladas. Quanto ao comércio de ovos, a exportação predomina. O volume de exportação de ovos pela China foi de 101,7 mil toneladas em 2020, 0,9% superior ao de 2019. Apesar do baixo volume (132,8 toneladas), a importação de ovos cresceu muito rápido, com 450% de apreciação diante do de 2019. 2021 será um ano de ajuste para a indústria de ovos. É previsto um declínio tanto na produção quanto no consumo. Neste ano, a produção de ovos deve ser de 34,06 milhões de toneladas, com queda de 1,8% em relação à de 2020. Já o consumo é estimado em 33,93 milhões de toneladas, 1,6% abaixo do de 2020.

No entanto, com o desenvolvimento tecnológico e a aplicação da inteligência artificial, a produção de ovos irá continuar a crescer na década em perspectiva. Estima-se que o volume da produção de ovos chegue a 35,51 milhões de toneladas e a 36,5 milhões de toneladas em 2025 e em 2030, respectivamente. As exportações de ovos da China continuarão crescendo moderadamente. Em 2030, o volume exportado de ovos será de 120 mil toneladas, com uma taxa média de crescimento anual de 1,8% (de 2021 a 2030).

## LÁCTEOS

Em 2020, a indústria de lácteos na China foi próspera tanto na produção quanto no consumo. Com a implementação das políticas de subsídios e incentivos financeiros



à indústria de lácteos, a produção de leite em 2020 chegou a 35,46 milhões de toneladas, 7,5% acima do produzido em 2019, e alcançou nível recorde de produção desde 2008. Nesse contexto, o volume produzido de leite de vaca foi de 34,4 milhões de toneladas em 2020. Quanto aos lácteos processados, o volume produzido foi de 27,8 milhões de toneladas em 2020, um valor 2,8% superior ao de 2019. Mais especificamente, 25,99 milhões de toneladas de leite fluido foram produzidas, com 3,3% de crescimento sobre o ano passado. Já a produção de lácteos secos (queijo, manteiga, entre outros) foi de 1,81 milhão de toneladas, uma queda de 3,1% em relação à produção de 2019.

Com a melhoria das condições de vida dos chineses, os consumidores do país estão mais criteriosos com relação à saúde, o que incentivou o consumo de lácteos na China. Em 2020, o consumo de lácteos totalizou 53,54 milhões de toneladas, 8,4% acima de 2019. O consumo per capita atingiu 38,11 kg, um aumento de 2,8 kg por pessoa em relação ao consumo registrado em 2019. O comércio de lácteos continuou crescendo, principalmente os importados. Em 2020, a China importou mais de 3,28 milhões de toneladas de produtos lácteos processados (equivalente a 18,23 milhões de toneladas de leite fluido), o que indica um crescimento de 10,4% em relação aos números de 2019. Nesse contexto, as importações de leite fluido foram de praticamente um terço (1,07 milhão de toneladas), um aumento de 16% sobre as de 2019.

As importações de soro de leite (626,4 mil toneladas), creme de leite (115,6 mil toneladas) e queijos (129,3 mil toneladas) cresceram em ritmo mais rápido do que outros lácteos em 2020 e tiveram crescimento de 38,2%, 35,2% e 12,5%, respectiva-

mente, em comparação às de 2019. Os principais fornecedores de lácteos à China são: Nova Zelândia, União Europeia, EUA, Austrália e Bielorrússia. É previsto que, nos próximos 10 anos (2021-2030), a produção de leite fluido da China mantenha um ritmo de crescimento, com incentivos à produção e à criação, em grande escala, de vacas leiteiras. Em 2021, o volume de leite produzido será de 35,91 milhões de toneladas, 1,3% acima ao de 2020. Em 2025 e 2030, estima-se que o volume da produção de lácteos chegará a 39,89 e a 43,89 milhões de toneladas, respectivamente, com uma taxa média de crescimento anual de 2,3% (de 2021 para 2030).

Por causa do rápido processo de urbanização da China, o consumo de lácteos ainda tem espaço para crescimento. O consumo total de lácteos deverá chegar a 54,62 milhões de toneladas em 2021, 62,07 milhões de toneladas em 2025 e 69,33 milhões de toneladas em 2030. A taxa média de crescimento anual está prevista em 2,7% para a década em perspectiva. As importações de lácteos continuarão crescendo, mas em ritmo mais lento. Em unidades equivalentes a leite fluido, o volume importado de lácteos em 2021 deve chegar a 18,86 milhões de toneladas. Em 2025 e 2030, esse volume aumentará para 22,35 e 25,63 milhões de toneladas, respectivamente, com uma taxa média de crescimento anual de 3,5%.

### PESCADOS

O crescimento geral da oferta de pescados tem sido lento, com alguns ajustes no comércio. Na previsão, a produção anual de pescados em

2030 chegará a 69,91 milhões de toneladas. Nesse contexto, somente a criação artificial responderá por expressivos 82%. O consumo estimado em 2030 é de 72,61 milhões de toneladas, com uma taxa média de crescimento anual de 0,9%. Porém, as importações e exportações de pescados pela China devem desacelerar. Estima-se que as importações alcancem 7,62 milhões de toneladas em 2030, enquanto as exportações resultam em 4,92 milhões de toneladas.

### RAÇÕES

Nos próximos 10 anos, com a expansão da escala e da produtividade de criação animal, a produção industrial de rações e o consumo deverão crescer muito rápido. A produção total de ração industrial deverá atingir 362,44 milhões de toneladas em 2030, com uma taxa média de crescimento anual de 3,7%. Em 2030, a demanda estimada para ração industrial chegará a 358,76 milhões de toneladas, 53,2% acima da base de previsão.

### FRUTAS

Os próximos 10 anos serão um período fundamental para a modernização da indústria de frutas da China, sendo, portanto, uma década importante para o estabelecimento de estratégias de melhoria da qualidade e para a percepção internacional acerca de frutas chinesas. Estima-se que, em 2021, a produção de frutas na China chegue a 286 milhões de toneladas, e há previsão de aumento para 315 milhões em 2025 e 347 milhões de toneladas



em 2030. A taxa média de crescimento anual desse período de 2021 a 2030 é prevista em 2,5%. O consumo de frutas na China continuará a crescer no período em perspectiva. Nesse contexto, a participação do consumo industrial será expandida. Prevê-se que, em 2030, o consumo direto de frutas seja de 162 milhões de toneladas, e o consumo industrial atinja 47,92 milhões de toneladas. As taxas médias de crescimento anual desses dois indicadores mencionados são de 2,8% e 3,3%, respectivamente. Em relação às importações, o volume de frutas importadas em 2021 deve chegar a 8,9 milhões de toneladas e, em 2030, 17,5 milhões de toneladas, com uma taxa média de crescimento anual de 8,6% na década de 2021 a 2030.

### BATATA

A longo prazo, a produção e o consumo de batatas na China manterão uma tendência de crescimento. Em 2025, estima-se que a produção alcance 109,07 milhões de toneladas, e o consumo, 110,31 milhões de toneladas. Já em 2030, esses indicadores atingirão 115,15 e 119,85 milhões de toneladas, respectivamente. As exportações de batatas da China manterão uma tendência de expansão no período em perspectiva.

### LEGUMES

Nos próximos 10 anos, o cultivo dos legumes continuará a manter seus níveis estáveis, mas com tendência a crescimento moderado. Estima-se que a produção de legumes na China será de 798 milhões de ton-

neladas em 2030, com taxa média de crescimento anual de 1,1%. Os legumes chineses continuarão competitivos no mercado internacional nesta década (2021-2030). Valores previstos para 2025 e 2030 indicam que os volumes de exportação devem chegar a 13,01 e a 13,92 milhões de toneladas, respectivamente. A taxa média de crescimento anual desse período está prevista em 1,8%.

### AÇÚCAR

O histórico recente da produção de açúcar aponta para uma tendência de crescimento lento na década vindoura. É previsto que a produção de açúcar seja de 10,5 milhões de toneladas em 2021 e alcance 11,35 milhões de toneladas em 2030, com uma taxa média de crescimento anual de 0,8%. Em 2021, estima-se que o consumo de açúcar se recupere em até 15,3 milhões de toneladas, um aumento de 2% sobre o valor de 2020. No entanto, o compasso de evolução da taxa de crescimento do consumo deve gradualmente diminuir o ritmo. Nos próximos 10 anos, a taxa média de crescimento anual para o consumo de açúcar está prevista em 0,9%. As importações de açúcar seguirão crescendo no período estimado, e o valor previsto para a taxa de crescimento média anual é de 5,8%. Em 2025 e 2030, estima-se que o volume de importações de açúcar resulte em 4,78 e 5,52 milhões de toneladas, respectivamente.

### ALGODÃO

Nesta década (2021-2030), é previsto que a área de

cultivo e a produção de algodão reduzam gradualmente. Estima-se que a produção chinesa de algodão alcance 5,53 milhões de toneladas em 2030. Assim, prevê-se que o consumo tenha aumentado na primeira metade do período e diminuído na segunda metade. Em 2030, o consumo de algodão pela China deve ser de 7,45 milhões de toneladas. A tendência para as importações também é de queda. Em 2021, 2025 e 2030, estima-se que o volume de importações de algodão seja de 2,35 e 2,1 e 1,8 milhão de toneladas, respectivamente.

### CULTURAS OLEAGINOSAS

Nos próximos 10 anos, há uma tendência para maior diversidade e para implementação de novos processos produtivos intrínsecos às culturas oleaginosas. Limitada pelos recursos agrários, a área de cultivo para as culturas oleaginosas terá pouco potencial de crescimento, mas, em contrapartida, a produtividade por hectare continuará aumentando. Em 2021, a produção das culturas oleaginosas será de 36,15 milhões de toneladas. Estima-se que a produção chegue a 36,29 milhões de toneladas em 2025 e 36,6 milhões de toneladas em 2030. No âmbito da importação, a escala deve se manter em um alto nível. Para atender às diversificadas demandas para as culturas oleaginosas, a China irá aprofundar as cooperações com países que assinaram acordos da Nova Rota da Seda. Estima-se que as importações de sementes cheguem a 118 milhões de toneladas em 2030. Entre elas, o volume de sementes de canola importadas e o volume de óleos vegetais comestíveis devem alcançar 4,5 e 7,85 milhões de toneladas, respectivamente, em 2030.





### ARROZ

No período previsto (2021-2030), a área de cultivo do arroz deve expandir, acarretando ganhos de produtividade. Em 2021, a produção, o consumo e a importação de arroz devem chegar a 213,87 milhões, 152,34 milhões e 3 milhões de toneladas, respectivamente. Para 2030, a previsão é de que a produção, o consumo e a importação sejam de 222,48 milhões, 155,04 milhões e 4,5 milhões de toneladas, respectivamente.



### TRIGO

Nos próximos 10 anos, o trigo manterá uma tendência de crescimento em relação à produtividade, à produção total e ao consumo. O volume de importação aumentará moderadamente sobre a base de previsão. Em 2021, a área de cultivo de trigo deve se manter em 353,6 milhões de Mu (cerca de 23,57 milhões de hectares). A produção será de 135,08 milhões de toneladas, um aumento de 0,6% em relação a 2020. O consumo e a importação de trigo em 2021 serão de 140,17 milhões e 7,4 milhões de toneladas, respectivamente. Em 2025, estima-se que a produção, o consumo e a importação de trigo cheguem a 134,93 milhões, 139,33 milhões e 5,8 milhões de toneladas, respectivamente. Em 2030, a produção do trigo será de 135,79 milhões de toneladas, 1% acima do valor da base de previsão. O consumo e a importação de trigo devem alcançar 141,2 milhões e 5,28 milhões de toneladas, respectivamente. A longo prazo, os trigos da Rússia, da Ucrânia e do Cazaquistão terão um grande potencial de expansão em termos de participação percentual nas importações chinesas. 

## OS NÚMEROS DAS CULTURAS 2030

### MILHO

Produção: 332 milhões de ton.  
Importação: 6,5 milhões de ton.

### SOJA

Produção: 20,87 milhões de ton.  
Importação: 110 milhões de ton.

### CARNE SUÍNA

Produção: 59,98 milhões de ton.  
Consumo: 60,98 milhões de ton.  
Importação: 1,2 milhão de ton.

### CARNE DE AVES

Produção: 25,55 milhões de ton.  
Consumo: 25,63 milhões de ton.  
Importações: 650 mil toneladas

### CARNE BOVINA

Produção: 7,9 milhões de ton.  
Consumo: 10,3 milhões de ton.  
Importação: 2,4 milhões de ton.

### CARNE DE OVINOS

Produção: 5,76 milhões de ton.  
Consumo: 6,2 milhões de ton.  
Importação: 440 mil de ton.

### OVOS

Produção: 36,5 milhões de ton.  
Exportação: 120 mil ton.

### LÁCTEOS

Produção: 43,89 milhões de ton.  
Consumo: 69,33 milhões de ton.  
Importação: 25,63 milhões de ton.

### PESCADOS

Produção: 69,91 milhões de ton.  
Consumo: 72,61 milhões de ton.  
Importação: 7,62 milhões de ton.  
Exportação: 4,92 milhões de ton.

### RAÇÕES

Produção: 362,44 milhões de ton.  
Consumo: 358,76 milhões de ton.

### FRUTAS

Produção: 347 milhões de ton.  
Consumo direto: 162 milhões de ton.  
Consumo industrial: 47,92 milhões ton.  
Importação: 17,5 milhões de ton.

### TRIGO 2030

Produção: 135,79 milhões de ton.  
Consumo: 141,2 milhões de ton.  
Importação: 5,28 milhões de ton.

### ARROZ 2030

Produção: 222,48 milhões de ton.  
Consumo: 155,04 milhões de ton.  
Importação: 4,5 milhões de ton.

### OLEAGINOSAS

Produção: 36,6 milhões de ton.  
Importação de sementes: 118 milhões de ton.  
Importação de sementes de canola: 4,5 milhões de ton.  
Importação de óleos vegetais comestíveis: 7,85 milhões de ton.

### ALGODÃO

Consumo: 7,45 milhões de ton.  
Importação: 1,8 milhão de ton.

### AÇÚCAR

Produção: 11,35 milhões de ton.  
Importação: 5,52 milhões de ton.

### LEGUMES

Produção: 798 milhões de ton.  
Exportação: 13,92 milhões de ton.

### BATATA

Produção: 115,15 milhões de ton.  
Consumo: 119,85 milhões de ton.

# UPL lança 'Gigaton Challenge'

O objetivo é reduzir a emissão de CO<sub>2</sub> da atmosfera e ter novo mercado de carbono para a agricultura



O UPL Gigaton Challenge foi apresentado globalmente em evento realizado em São Paulo, em outubro, que contou com a presença de Jai Shroff (CEO Global da UPL), Mauricio Macri (Presidente Executivo da Fundação FIFA) e Youri Djorkaeff (CEO da Fundação FIFA). O Gigaton Challenge criará créditos de carbono para incentivar e apoiar os agricultores na adoção de práticas sustentáveis e regenerativas. O UPL Gigaton representa aproximadamente dois anos de emissões de CO<sub>2</sub> no Brasil.

A UPL irá trabalhar em conjunto com as melhores certificadoras de carbono, possibilitando ao setor agropecuário criar, implementar e validar os protocolos de captura de CO<sub>2</sub>, que gerarão créditos de carbono para beneficiar diretamente os agricultores. Esta iniciativa tem o potencial de gerar 15 bilhões de dólares em renda adicional para o setor agropecuário em todo o mundo.

Entre 2021 e 2024, o UPL Gigaton Challenge será realizado no Brasil, na Argentina, Índia, nos Estados Unidos e em alguns países europeus. O projeto será estendido globalmente a partir de 2025. Na primeira fase, o proje-

to agregará um milhão de hectares. Durante a fase de expansão, o objetivo será impactar mais de 100 milhões de hectares em todo o planeta, o que equivale a 100 milhões de campos de futebol. Para Youri Djorkaeff, CEO da FIFA Foundation, "é ótimo ver a UPL influenciando e inspirando mudanças sociais positivas para comunidades rurais nas áreas de educação, saúde, igualdade e inclusão. Juntos, assumimos o objetivo de somar forças, que podem transformar o desenvolvimento sustentável em todo o mundo e alcançar o objetivo comum de ter um futuro equilibrado e justo".

Jai Shroff, CEO Global da UPL, destaca que "o futuro da agricultura precisará cumprir uma função positiva em relação ao clima e a re-carbonização dos solos globalmente não só proporciona benefícios ambientais imediatos como oferece uma nova fonte de renda para os agricultores. O propósito UPL de inovação aberta OpenAg™ coloca a colaboração no coração do Gigaton Challenge. E se há algo que podemos aprender com o futebol é o poder do espírito de equipe para inspirar mudanças extraordinárias e alcançar metas excepcionais". **AR**

## UPL

- # Fornece globalmente produtos e soluções agrícolas sustentáveis
- # Receita anual superior a US \$ 5,2 bilhões
- # Portfólio de produtos biológicos e soluções tradicionais de proteção de cultivos
- # Mais de 14 mil registros
- # Presente em mais de 130 países
- # Mais de 10 mil colaboradores

## FUNDAÇÃO FIFA

Entidade independente, criada para ajudar a promover mudanças sociais positivas no mundo e apoiar a recuperação e a reconstrução da infraestrutura esportiva danificada ou destruída em todo o planeta.

# USAR PRODUTOS ILEGAIS PREJUDICA O CAMPO ECONÔMICO TAMBÉM.

O uso de produtos ilegais não afeta somente a produção agrícola e o ecossistema ao redor da lavoura.

É um problema também à nossa economia.

Quem usa produtos ilegais sonega impostos e inviabiliza os investimentos em outras áreas como saúde, segurança, educação e o próprio agronegócio.

**Seja um agricultor de valor. Não use produtos ilegais.**

A SUA DENÚNCIA É  
A SUA SEGURANÇA.



LIGUE  
**0800.850.8500**  
E DENUNCIE A OFERTA DE PRODUTOS ILEGAIS.

ACESSE  
[WWW.AGRICULTORDEVALOR.ORG.BR](http://WWW.AGRICULTORDEVALOR.ORG.BR)  
E SAIBA MAIS.

**MOSTRE  
SEU VALOR.**

NÃO USE  
PRODUTOS ILEGAIS

# Insumos agrícolas ilegais: um risco para toda a sociedade

Produtos ilegais podem prejudicar lavouras, impactar o meio ambiente e prejudicar a saúde de trabalhadores e consumidores população

**A** ilegalidade é um grande problema no Brasil. Levantamento feito pelo Fórum Nacional Contra a Pirataria e a Ilegalidade, apontou que, só em 2020, o país perdeu mais de 287 bilhões de reais para o mercado ilegal. O valor corresponde à soma das perdas registradas por 15 setores industriais e dos impostos que deixaram de ser arrecadados.

Os insumos agrícolas fazem parte dessa conta. Dados do setor e do Instituto de Desenvolvimento Econômico e Social de Fronteiras (IDESF), mostram que 30% das sementes, 25% dos defensivos químicos e 27% dos defensivos biológicos comercializados no país são ilegais. Entre as principais infrações estão fabricação ou cultivo irregular, roubo, contrabando, falsificação e desvio de uso dos produtos destinados a outros fins como insumos agrícolas.

## ISENTOS DE REGULAMENTAÇÃO E SEGURANÇA

Além de prejuízos econômicos, o emprego de produtos ilegais pode afetar a saúde de animais e pessoas, a produtividade das lavouras e, também, o meio ambiente. Defensivos agrícolas irregulares, tanto químicos quanto biológicos, e sementes sem procedência conhecida não são avaliados pelo sistema regulatório brasileiro. Por isso, não oferecem garantia de eficácia agrônômica nem segurança para quem usa os produtos e para o consumidor.

Do ponto de vista ambiental, agroquímicos e biodefensivos ilegais têm o potencial de contaminar solo e água, causar mortalidade de peixes e aves e ainda, no caso das sementes, introduzir pragas e doenças que não existem no Brasil.

A ilegalidade é capaz, inclusive, de prejudicar a imagem do agronegócio brasileiro e as exportações nacionais, já que a detecção de resíduos de substâncias desconhecidas ou proibidas em mercadorias exportadas do Brasil pode causar embargos internacionais, provocar o encerramento de

parcerias comerciais e atrapalhar a abertura de novos mercados.

## O VALOR DE RESPEITAR A LEI

Por conta dessa conjunção de fatores, a CropLife Brasil – associação que reúne empresas que atuam na pesquisa e desenvolvimento na área de sementes, biotecnologia, defensivos químicos e produtos biológicos – lançou a campanha "Agricultor de Valor". O movimento pretende esclarecer sobre os riscos inerentes ao uso de insumos produzidos ou comercializados ilegalmente no Brasil, valorizar quem respeita as leis e incentivar a denúncia de atividades ilegais. **AR**



Christian Lohbauer é cientista político e presidente-executivo da CropLife Brasil.

## Denis Ferreira é Key Account Manager Ceva Aves



A Unidade de Negócios Aves Ceva confirma a nova posição de Denis Ferreira dentro da Unidade de Negócios como Key Account Manager. Sua trajetória na multinacional francesa iniciou em 2014, na posição de Coordenador de Vendas e, em 2019, assumiu a gerência de Serviços de Vacinação. “Espero usar minha expertise para auxiliar nossos clientes a atingir o sucesso”, fala. Branko Alva, Diretor da Unidade de Negócios Aves Ceva,

mostra seu contentamento diante dessa promoção de Denis Ferreira. “Queremos desenvolver nossos próprios talentos e esta promoção representa esta nossa visão com os nossos colaboradores e o mercado”, conclui. A Ceva Santé Animale é uma empresa farmacêutica veterinária multinacional francesa criada em 1999, especializada em produtos farmacêuticos e vacinas para ruminantes, suínos, aves e animais de companhia. **AR**

## Perfect Flight contrata para expandir os negócios em grãos e fibras

A Perfect Flight, AgTech criadora do sistema de gestão e rastreamento de pulverização aérea, está aumentando seu quadro de profissionais e ampliando o portfólio de expertises técnicas. A estratégia faz parte de um plano para ampliar a assistência ao produtor rural com excelência tecnológica contínua e avançar com a oferta do sistema no país. Recentemente, juntou-se ao grupo o engenheiro agrônomo Fernando Rati, para ocupar o cargo de Key Account Manager and Sustainability para grãos e fibras. Ele será responsável pela abertura de novos mercados e novas parcerias nesse segmento da agricultura brasileira. Rati passou pela Associação Brasileira dos Produtores de Algodão e Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO). Ele é formado pela Universidade Federal de Lavras, com mestrado em Marketing e Economia Agrícola na mesma instituição. Também é pós-graduado em Gestão do Agronegócio e Negócios Internacionais pela Northern Michigan University. **AR**



Fernando Rati, Key Account Manager and Sustainability para grãos e fibras.

## Novo Gerente Regional de Ruminantes reforça Vaccinar

**N**a busca de fortalecer o seu posicionamento de estar sempre próxima de seus clientes, e em alinhamento com sua diretriz estratégica de crescimento, a Vaccinar contratou um novo gerente Regional de Vendas Ruminantes, David Rodrigo Octaviano. Com mais de 14 anos de experiência comercial no setor de pecuária, atuou em vários estados brasileiros, como Maranhão, Pará e Tocantins. Graduado em Medicina Veterinária pela Universidade de Franca, no interior de São Paulo, o novo integrante da companhia tem MBA (Master of Business Administration) em Gestão Empresarial, pela

Fundação Getúlio Vargas (FGV). Além de sua experiência profissional na área comercial, atuou no desenvolvimento de linhas e formulações para ruminantes. A Vaccinar é uma empresa 100% brasileira de nutrição animal e tem portfólio composto por rações, premixes, núcleos, concentrados, gorduras e aditivos. **AR**



David Rodrigo Octaviano, novo gerente Regional de Vendas Ruminantes.

## José Vicente de Paula Netto é o novo Diretor Comercial da Ubyfol

**C**om mais de 19 anos de experiência, sendo 8 anos na área de marketing e 13 anos no setor comercial, José Vicente de Paula Netto possui uma ampla atuação no agronegócio nacional. O executivo chega à Ubyfol durante o maior ciclo de crescimento da história da empresa e vai desenvolver novas estratégias comerciais para a organização, sendo responsável pelo aprimoramento do processo de satisfação dos clientes. “Integrar o time Ubyfol é uma grande honra. Pretendo contribuir para o desenvolvimento da equipe comercial e potencializar ainda mais a prosperidade da empresa. Nossa grande meta é apoiar a internacionalização da companhia, expandindo a atuação comercial para países como Guatemala, México, Colômbia, Argentina

e EUA. Além de entender cada vez mais as necessidades dos produtores, oferecendo soluções apoiadas em novas tecnologias”, comenta o executivo. José Vicente é formado em Engenharia Agrônoma, realizou o Programa de Desenvolvimento de Gestão Empresarial Brasil/Barcelona pela IESE Business School, e possui MBA em Gestão Empresarial pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). **AR**



# Albaugh inaugura duas unidades fabris

Companhia de agroquímicos investe em plantas modernas, dotadas de equipamentos de última geração



Albaugh Brasil em Resende (RJ).

## ALBAUGH

- # Fundada nos Estados Unidos em 1979.
- # Empresa global, com portfólio de agroquímicos para soja, milho, algodão, citros, café e cana-de-açúcar.
- # Marca percebida no Brasil como parceira estratégica em produtos de alta qualidade e serviços nas áreas importantes no País.

A companhia de origem americana Albaugh, presente há pouco mais de quatro anos no Brasil, volta a ampliar sua operação fabril instalada no município fluminense de Resende. E inaugurou na cidade duas novas unidades, para produzir fungicidas e inseticidas de formulação SC ou suspensão concentrada. O investimento se dá em sinergia com o crescimento da empresa e reforça o compromisso com a agenda sustentável, segundo o presidente da Albaugh Brasil, Cesar Rojas. De acordo com o diretor industrial da Albaugh, Jorge José Jorge Neto, a fábrica exigiu aquisição de equipamentos e recursos tecnológicos e humanos. Com as novas divisões, a companhia terá ganhos em capacidade produtiva, fornecerá novos produtos agroquímicos de alta tecnologia e avançará na adoção estratégica de uma agen-

da ESG (governança ambiental, social e corporativa).

Conforme Jorge Neto, a Albaugh tem investido continuamente em Resende, com objetivo de neutralizar riscos envolvendo resíduos e efluentes, por exemplo. As embalagens de produtos da empresa já contam com versões IBC (Intermediate Bulk Container), modelo que agrega benefícios de segurança e operacionais, ao produtor e ao distribuidor. Os IBCs são conhecidos pela capacidade de armazenagem de materiais químicos, e por facilitar empilhamento e transporte. São também retornáveis e ambientalmente aceitos. “A Albaugh terá o suporte necessário para estender seu portfólio, segundo necessidades específicas do agricultor brasileiro, bem como do canal de distribuição. A companhia detém hoje uma estrutura industrial e logística altamente competitiva em Resende e em

outros pontos do Brasil agrícola”, complementa Jorge Neto.

No complexo de Resende, estão instaladas ainda unidades produtivas de fungicidas à base de cobre ou cúpricos – a Albaugh conta com a maior capacidade produtiva instalada para distribuir esses produtos na América Latina – e de herbicidas. Estas fábricas atendem a cultivos estratégicos ao País, incluindo citros, café, cana-de-açúcar, milho, soja, feijão e hortifruticultura. “Com as fábricas, a tendência é a de que a Albaugh entregue um novo, robusto e competitivo portfólio de soluções de alta tecnologia e qualidade”, conclui Jorge Neto. Já o presidente Cesar Rojas reforça que a empresa reúne mais de 50 agroquímicos em seu portfólio e a meta é lançar pelo menos 25 novas soluções até 2024. 



# FERTILIZANTES ESPECIAIS

## Por uma produtividade Inteligente.

Uma iniciativa:

**abisolo** 

Associação Brasileira das  
Indústrias de Tecnologia  
em Nutrição Vegetal



Responda: [www.abisolo.com.br](http://www.abisolo.com.br)  
e saiba mais.

Se cada produtor enfrenta um desafio específico, a produtividade não pode ser tratada como uma só. Está é a convicção das categorias de Fertilizantes Especiais: a **Produtividade Inteligente**.

Adequar-se à natureza de cada produtor. E à natureza em que está inserida a sua produção.

[www.abisolo.com.br](http://www.abisolo.com.br)

# 80 KG A MENOS DE RAZÕES PARA MUDAR A SUA VIDA E OS SEUS NEGÓCIOS.

UM NEGÓCIO DO  
**GRUPO  
PUBLIQUE**  
PRESEÇA TOTAL NO AGRO



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

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

## NOSSOS CANAIS:

-  /RECALCULANDOCARLÃO
-  @CANAL.RECALCULANDO
-  /CANAL.RECALCULANDO

Para contratar, ligue ou envie WhatsApp:  
**(11) 9 9105 2030 com Carlos**



**RECALCULANDO**  
SAÚDE E FELICIDADE

Nº 08  
AR91

# FALANDO de Bichos

TUDO DE PET. TUDO DE BOM.



# A GENTE FALA PRA CACHORRO. E DE TODOS OS PETS TAMBEM.

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





FALANDO *de*  
*Bichos*

TUDO DE PET. TUDO DE BOM.



[www.grupopublicque.com.br](http://www.grupopublicque.com.br) • (11) 9.9402.7078 • (11) 9.9364.1398

Um negócio do  
 GRUPO  
PUBLICQUE  
PRES. CECÍLIA TAVAREZ - 2000

# Animais de estimação E O SISTEMA FAMILIAR

**Transformar animais em membros da família  
é uma via de mão dupla**

**Por Díaz Videla,  
Rodríguez Ceberio  
e Tatiane Ichitani**

Considerar os animais como membro da família não é comum em diversas culturas, porém ele é uma característica presente na vida familiar na maioria das sociedades modernas. Cerca de 90% dos donos de animais os consideram membros de suas famílias. Eles desenvolvem um sistema emocional familiar equilibrado a partir da integração de animais na rotina diária. A casa é o habitat humano. Animais de estimação são permitidos nas casas desde que tenham comportamentos adequados e respeitem certos limites. Seus donos geralmente não os veem como completamente humanos, então eles tendem a demarcar os limites com relação a espaços permitidos e restritos para esses animais, atribuídos com características antropomórficas, considerando suas características não humanas.

Os padrões de interação entre as pessoas e seus animais de estimação sugerem uma oscilação entre considerar animais de companhia como humanos e civilizados, e considerá-los como não humanos. A incorporação de um novo membro na família implica que ele deve



se adaptar às regras, bem como o sistema antigo deve ser modificado para incluí-lo. As crianças começam a ver a estrutura familiar humano-animal como normal. Quando se tornam adultos e formam suas famílias, um animal de estimação acaba sendo incorporado à estrutura familiar para completá-la.

Transformar animais em membros da família é uma via de mão dupla, como o que se desenvolve em qualquer outro relacionamento, onde eles têm um papel ativo na escolha de fazer parte da família, e modifica e descreve ativamente as regras dessa convivência. 

# Saiba tudo

## SOBRE A 'ERVINHA PARA GATOS'

**A Catnip pode ser a melhor amiga do seu felino**



**Perfume da erva causa euforia: quando ingerida, deixa o bichano relaxado.**

**A** Nepeta Cataria, também chamada de 'catnip' ou 'erva do gato', é uma planta aromática que pertence à mesma família da menta e da hortelã. Ela é famosa pelos efeitos imediatos nos felinos, uma excelente aliada dos tutores, mas ainda causa muitas dúvidas. Todas giram em torno de questões, como: pode gerar dependência? Faz mal aos pets? Pode ser cultivada em casa?

### **Quais os efeitos da erva do gato?**

Quando inalado, o perfume da erva causa euforia no felino, estimulando o bulbo olfatório, a amígdala e o hipotálamo, órgãos que respondem diretamente pelas emoções e reações do animal. Já quando ingerida, o efeito é contrário, deixando o bichano bem relaxado. São efeitos causados pela Nepetalactone, uma substância natural que faz muito bem ao organismo do bichinho. Ambas as reações possuem duração média de 10 minutos e não causam qualquer dano à saúde do pet. Muito pelo contrário, podem ajudá-lo a se divertir e se acalmar.

### **O gato pode ficar dependente?**

Não. O que pode acontecer é o organismo do felino se habituar à erva e ela

parar de fazer efeito. Os especialistas recomendam que os gatos não tenham acesso à planta catnip (em acessórios ou em vaso) sem a supervisão do tutor. Agora, é bom manter as consultas regulares com o médico-veterinário, para saber possíveis efeitos específicos no bichinho, positivos ou negativos, como no caso de qualquer substância ou alimento da dieta.

### **Há contraindicações?**

Não. Porém, é importante observar a reação do pet, pois alguns podem ficar extremamente eufóricos ou até mesmo agressivos. Importante destacar que é um produto voltado para consumo animal. Não causa nenhum efeito em pessoas.

### **Pode colocar a erva em um brinquedo?**

A catnip pode ser uma ótima aliada durante o adestramento do gato para que ele não arranhe mais os móveis da casa. Para isso, basta salpicar a

erva em um brinquedinho. Existem várias alternativas de como usar catnip no arranhador, em bolinhas vazadas e outros itens que o bichano tanto ama. O objeto se tornará mais atrativo para o pet e vai deixá-lo ainda mais feliz e animado.

### **Pode cultivar a planta em casa?**

Sim. Basta comprar uma mudinha e seguir as orientações do varejista. Se for plantar no quintal, faça na Primavera. Dentro de casa, é possível plantar entre o Outono e o começo do Verão, sempre em um local que tenha bastante luz solar. Não é preciso irrigar todo dia. Encharque o solo e só regue quando perceber que ficou seco novamente. Remova as folhinhas mortas sempre que possível para outras crescerem no lugar. Para colher, corte o caule logo acima da junção com a folha e deixá-la secar naturalmente. Depois, pode triturar e salpicar nos brinquedos preferidos do felino.



# Champion lança Nutrancell

## E ENTRA NO MERCADO PET

**Linha Nutrancell é a grande novidade da corporação brasileira, fundada em 1959 e que está as quinze maiores veterinárias do País**



### **Linha Champion de Nutracêuticos Pets.**

Com mais de meio século de atuação no mercado brasileiro, presença internacional e especialização em saúde pública e grandes animais, a Champion tornou-se uma das quinze maiores indústrias de produtos para saúde animal do país com o desenvolvimento de soluções que melhoram a saúde dos animais e, ao mesmo tempo, protegem a saúde das pessoas. Este mesmo compromisso leva a empresa a criar a divisão Cham-

pion Animal Health, especializada em animais de companhia e comprometida com o investimento em linhas de produtos diferenciados, baseados em desenvolvimento biotecnológico, visando a qualidade de vida para os pets. E a primeira grande novidade da nova área da Champion é a linha Nutrancell, que tem produtos com composição diferenciada, cuja função essencial é estimular o melhor funcionamento das células. "As células são as máquinas

do corpo. Fazer as células funcionarem melhor contribui de maneira substancial para o bem-estar dos pets. Os produtos da linha Nutrancell contam com nutrientes especiais, que agem para estimular as células a cumprir melhor o que se espera delas", explica a Dra. Patrícia Malard, gestora da Bio Cell, parceira da Champion Animal Health.

A divisão Champion Animal Health está colocando no mercado os cinco primeiros produtos da linha Nutrancell. Todos são biotecnológicos, na forma de pós altamente palatáveis para misturar na alimentação dos animais e indicados para cães de todas as idades. Compromisso da empresa, os produtos não são testados em animais (cruelty free), mas exclusivamente em laboratório. São eles:

### **NUTRACELL DERM**

Indicado para cães de qualquer idade com pele sensível e pelos delicados. É composto por fórmula inovadora, com ingredientes premium que promovem

a ativação das células para ter a pele mais saudável. Tem em sua fórmula complexo de vitaminas essenciais, colágeno hidrolisado, ômega 3, semente de abóbora e alecrim, entre outros ingredientes naturais.

### NUTRACELL VITA

Sua função básica é manter a vitalidade e a energia dos cães. Trata-se de um suplemento alimentar com vitaminas, minerais e ingredientes naturais, visando dar aporte nutricional a cães de todas as idades. A composição inclui ingredientes premium, como vitaminas, extrato de acerola, cenoura e óleo de cártamo.

### NUTRACELL CALM

Suplemento alimentar com vitaminas, minerais e ingredientes naturais, oferece aporte nutricional a cães de todas as idades e proporciona harmonia e equilíbrio. Indicado para cães mais agitados, que precisam de atenção e carinho. A composição é rica em ingredientes premium, como passiflora, extrato de maracujá, camomila e complexo de vitaminas.

### NUTRACELL DIGEST

Tem como foco o aparelho digestivo dos cães. Esse suplemento alimentar diferenciado conta com probióticos, vitaminas, minerais e ingredientes naturais, que auxiliam no restabelecimento e manutenção das boas condições da flora intestinal, mantendo a digestão em dia. Sua composição inclui extrato de alcachofra, farinha de chia, salsinha, vitaminas e lactobacillus.

### NUTRACELL ORTO

Voltado preferencialmente para cães com tendência a ter problemas de articulações, especialmente os mais idosos e com artroses. É um su-

plemento alimentar com vitaminas, minerais e compostos naturais que protegem as articulações, sendo indicado para animais que necessitam do aporte desses nutrientes. A composição é rica e conta com colágeno, manganês, curcumina e complexo de vitaminas.

“A linha Nutracell representa o mais importante investimento dessa fase inicial da divisão Champion Animal Health. Outros produtos nutracêuticos estão programados, assim como uma linha biotecnológica muito especial, com o uso de células-tronco. Nosso compromisso é oferecer aos tutores e veterinários um portfólio inovador e diversificado, que tem como objetivo central o bem-estar, a saúde e a qualidade de vida dos pets”, destaca Claudio Rodrigues, diretor comercial da Champion Animal Health.

A divisão Champion Animal Health também já coloca à disposição de veterinários e tutores a linha Family Health, que oferece Ancylex, contra vermes, na forma de mini comprimidos para cães, com ação de 120 dias e 99,4% de eficácia; Difyly WP, que protege o ambiente com a infestação de moscas domésticas; e Domifly S3, usado em campanhas de saúde pública para controle de vetores, como contra o agente causador da dengue e o mosquito causador da leishmaniose visceral canina, entre outros produtos”, informa Rodrigues. ❁❁❁

**Champion quer fechar 2021 com presença em mais de 90% do território nacional.**



## CHAMPION

Fundada em 1959 | Desenvolve produtos de BEA e proteção das pessoas.

Sede em Anápolis (GO).

Está entre as 15 maiores indústrias de produtos para saúde animal do Brasil.

Duas unidades industriais em Anápolis (GO).

Atua no mercado internacional.

Operação própria nos EUA.

Exportação de matérias-primas para diversos países.

## LINHA NUTRACELL

NUTRACELL DERM: cães com pele sensível e pelos delicados.

NUTRACELL VITA: mantém a vitalidade e a energia dos cães.

NUTRACELL CALM: suplemento alimentar para cães de todas as idades.

NUTRACELL DIGEST: foco no aparelho digestivo dos cães.

NUTRACELL ORTO: para cães com tendência a problemas de articulações.

# Claudio Rodrigues

## DIRETOR COMERCIAL DA CHAMPION ANIMAL HEALTH

**“É um setor que permite a conexão da indústria com as pessoas”**

### **FB - Por que entrar no setor pet?**

**CR -** Era um sonho antigo da empresa. Para nova reposição, tomar espaço dentro deste mercado que é pujante. Quando olhamos os dados mercadológicos, os números são incríveis. Das 'Top 10' empresas do mercado veterinário, o crescimento anual é de dois dígitos somente no setor pet. Se olharmos a performance da segunda empresa do ranking do Sindan (Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Saúde Animal), vemos até uma retração, crescimento perto de 0%, mas o segmento pet descolado da mesma empresa cresceu 14%. Em terceiro lugar, a Champion sempre tem como visão trazer produtos diferentes dos demais. Ficamos aguardando a oportunidade e agora a nossa plataforma chegou para ocupar um espaço importante.

### **FB - Mas a empresa quis entrar no setor com uma postura especial, não?**

**CR -** Sim. É um mercado que não para, mas, além disso, trazemos a conexão com o tutor, o dono do animal, a pessoa que toma conta do pet. Isso provoca uma ligação pessoal da Indústria com os seres humanos. O que é muito importante porque vivemos em um mundo globalizado e a conexão é uma questão moderna, vital. E isso é muito importante.

### **FB - Por quê? Os pets mudaram?**

**CR -** Bastante. Hoje, o pet está incluso

na família. Deixou de ser aquele ser que fazia parte da casa. Agora, faz parte da família. Tem a ligação emocional complexa do tutor com o pet, que se torna cada vez mais íntimo dentro das casas. Nós fizemos pesquisas com os tutores e eles disseram que gostariam de produtos que trouxessem consequências benéficas como as que procuram para os filhos. Para os animais viverem bem, com saúde e longevidade.

### **FB - Eles estão virando humanos?**

**CR -** Não exatamente, mas as conexões crescem exponencialmente entre as famílias, os tutores e os animais de companhia. Você consegue identificar comportamentos muito semelhantes quando olhamos crianças e os pets, por exemplo. E eles estão desenvolvendo níveis diferentes de relação com cada integrante da família, como os seres humanos fazem. Mudam a sua interação se a pessoa é alegre, triste, brincalhona, severa, etc. Sentem e reagem de maneiras distintas diante de gente carinhosa, nervosa, quieta, falante, dinâmica. Ele devolve aquilo que ele tem.

### **FB - O que é a linha Nutrancell?**

**CR -** É uma de duas bases de lançamento de uma plataforma tecnológica do nosso pipeline da Linha Pet, assim como a BioScience, que vem pela frente, que é o topo da pirâmide baseada em células tronco. São produtos

que tem vesículas extracelulares de células tronco para que a gente possa induzir a ativação que induzem as células tronco dentro do organismo do animal, prevenindo algumas doenças e os processos inflamatórios. O objetivo é trabalhar os processos antioxidantes e anti-inflamatórios, para alcançar longevidade com qualidade de vida para os animais. São soluções tecnológicas para a pele, as articulações, micro vilosidades do intestino, anti envelhecimento das células e para as raças de muita energia. Cinco produtos, todos naturais e orgânicos. Com eficácia e segurança comprovadas cientificamente, com aval do FDA norte-americano (Food and Drug Administration). Nenhuma outra empresa faz isso porque o MAPA não exige. Mas nós fizemos como um algo a mais para o mercado.

### **FB - Como tem sido o retorno do mercado?**

**CR -** Muito bom. Fizemos um trabalho forte com médicos veterinários, de clínicas e empresas, e a palavra deles foi extremamente positiva. Muitos passaram, inclusive, a utilizar as soluções nos próprios pets.

### **FB - Como os produtos são dados aos animais?**

**CR -** Atualmente, são oferecidos em pó, para serem colocados em cima da comida. Tem um conteúdo extremamente

palatável, que ajuda o animal a ingerir a ração. Afinal, todos sabem como os pets têm olfato e paladar aguçados, vinte vezes mais aguçados que o do ser humano, e refugam no caso de sentirem algo diferente na alimentação. E o tutor pode até colocar um pouquinho de água no dosador porque temos um diluidor específico para o pó que se transforma em uma pastinha a ser esfregada, em um aperitivo, um ossinho, um biscoitinho. Mas, nos próximos meses, teremos mais apresentações, em pasta e cápsulas oleaginosas.

#### **FB - A linha já está inteira no mercado?**

**CR -** Apesar de nova, o lançamento dela causou um grande alvoroço e pretendemos fechar 2021 com presença em mais de 90% do território nacional, cobertos por distribuidores em pontos de venda, pet shops, hospitais veterinários, clínicas, unidades de medicina veterinária avançada e nos três maiores players do mercado de varejo, Cobasi, Petz e Petlove. O que vai facilitar a compra pela internet. E a presença forte na capital paulista, o maior mercado do país.

#### **FB - Qual a meta da empresa nessa área nos próximos dez, vinte anos?**

**CR -** Queremos, em primeiro lugar, alinhados com nossa visão e nossos valores, levar ao mercado tecnologias e produtos diferenciados, com comprovações científicas únicas e que vão fazer a diferença na vida dos pets. Como empresa, queremos que o segmento tenha uma fatia importante dentro do perfil da empresa. Sempre com dois olhos. Um no tutor e outro na corporação, que precisa dar lucro, crescer, prosperar. Hoje, o pet ocupa pelo menos 30% do faturamento das dez maiores empresas veterinárias do Brasil. Em algumas, marca até 50%, igualando o faturamento com a área dos animais de produção. A Champion tem como meta atingir pelo menos 30%.

#### **FB - O segmento avança tanto que até provoca o nascimento de lojas próprias dentro de grupos tradicionais de grandes animais, não?**

**CR -** Sim, muitos players nasceram exclusivamente em ruminantes, construíram uma história sólida de produtos para ruminantes e, hoje, até inverteu, com 70% de prateleira para Pet e o resto para a Produção. E, realmente, a Indústria e o Varejo dos pets exigem um promotor diferenciado, um foco diferenciado. Na produção animal, o foco técnico é totalmente de apoio ao Comercial. Exclusivamente para atender o cliente. No pet, o alvo é o médico veterinário que vai prescrever os produtos, que vai cuidar daquele animal de companhia.

#### **FB - A Champion já esteve nessa estrada, há mais de vinte anos, certo?**

**CR -** Sim, no fim dos anos 1980, início de 1990, tivemos acesso a uma molécula que foi muito preservada nesse tempo todo, que é o Disofenol. Erguemos, então, uma linha de anti-helmínticos focados em vermes sugadores de sangue. Na época, era uma linha completa para pequenos e grandes ruminantes, além de um produto específico para os pets. É bacana que, agora, no reposicionamento, muitos veterinários antigos lembram da época, citam o Ancylex e elogiam a qualidade e eficiência do produto. Mas, agora, é com nova embalagem, novo marketing, nova embalagem, mas a essência é a mesma, só que com foco específico na longe-

vidade. Hoje, os consumidores querem soluções bem específicas, menos generalistas do que naquela época.

#### **FB - Qual sua expectativa para o mercado nos próximos três anos?**

**CR -** Penso sempre que conhecimento gera conhecimento. E a adaptabilidade das pessoas e empresas é boa para o negócio seguir crescendo. O mercado Pet vai permanecer aumentando e em dois dígitos. E falo de tudo o que envolve o mundo pet. Roupas, ração, produtos de divertimento, acessórios, etc. Hoje, representa US\$ 6 bilhões de dólares no Brasil. Mas ainda estamos muito longe dos Estados Unidos, que é o líder mundial e movimenta US\$ 40 bilhões. Precisamos fazer a nossa parte. E as empresas terem conhecimento e capacidade de adaptação. 🐾



# Boehringer Ingelheim

## ALERTA PARA RAIVA NOS PETS

**A** Raiva é uma enfermidade conhecida desde a antiguidade, ainda não tem cura e continua fazendo vítimas, pois sua taxa de leta-



lidade é próxima de 100%. A doença é uma zoonose transmitida pelo contato com a saliva de animal infectado pelo vírus, que compromete o Sistema Nervoso Central. No Brasil, o morcego é o principal responsável pela transmissão da doença, que também acomete cães, gatos, cavalos, bois, macacos e o homem. Nos últimos dez anos, foram registrados 39 casos de raiva humana. Nove tiveram o cão como animal transmissor e quatro felinos. “A raiva pode ser prevenida e evitada e a vacinação dos pets é fundamental para evitar a contaminação. Apesar de ser uma va-

cina comum entre os cães, os tutores de gatos também devem ser alertados, pois eles são animais com instinto caçador e também ficam expostos ao risco de contaminação. E a vacinação deve ser anual”, observa Karin Botteon, Consultora de Assuntos Veterinários da Boehringer Ingelheim Animal Health Ltda. A empresa realiza palestras, dissemina conteúdos informativos, mantém plataforma própria online (B-Connect) e oferece a vacina Rabisin® – I, para prevenção da raiva em cães e gatos a partir dos quatro meses de vida. A aplicação é em dose única e anual. 

# Balance lança

## LINHA DE BISCOITO PARA CÃES ADULTOS E FILHOTES

**B**alance, a marca de ração premium especial da BRF, lança a linha de biscoitos para cães, com opções para adultos e filhotes. Os biscoitos contam com vitaminas, fibras e níveis equilibrados de cálcio e fósforo. São excelentes petiscos para agradar os pets na hora da diversão, além de reunir sabor e nutrição, e serem indicados para cães de todos os portes e idades. Com formulação desenvolvida por um time de especialistas, a linha de biscoitos possui exce-

lente propriedade nutricional, é livre de aromatizantes e corantes, traz 120g/kg de proteína animal de alta qualidade e utiliza farinha de trigo integral, o que garante mais saciedade aos cães. Nos sabores carne e frango para adultos, os biscoitos são enriquecidos com espinafre (fonte de ferro) e com cenoura (fonte de vitamina A). Para os filhotes, o sabor leite oferece fontes de proteína e cálcio na medida certa para o desenvolvimento e crescimento dos pets. “Muitos tutores buscam agradar

seus pets e diversificar a alimentação ao longo do dia. Neste sentido, o Biscoito Balance surge como uma opção muito nutritiva e saborosa, que atende a demanda por um snack saudável e que vai proporcionar aos tutores ainda mais momentos de conexão com seus cães.”, declara Denis Nakashima, gerente de Marketing de Pet Food da BRF. A linha está disponível em embalagens de 500 gramas, com sistema ZipLock, que mantém o produto crocante por mais tempo. 

# Colágeno

## PETAGILE® AJUDA PETS IDOSOS



A suplementação com proteínas de colágeno da GELITA permite observar a regeneração de cartilagem em cães, gatos e até cavalos. Os animais sentem menos dores, mancam menos e têm maior mobilidade, o que garante melhor qualidade de vida. De forma preventiva, a proteína também pode ser indicada para animais jovens e adultos. A osteoartrite, doença articular degenerativa que destrói as cartilagens, afeta mais de 20% dos cães com mais de um ano

de idade. E 90% dos gatos com mais de sete anos têm degeneração articular. A GELITA tem em seu portfólio o PETAGILE®, produto inovador obtido a partir de uma combinação específica de peptídeos bioativos de colágeno que atuam diretamente no combate ao desgaste nas articulações causado durante o processo natural de envelhecimento dos animais, o excesso de peso e até mesmo devido a questões genéticas características de algumas raças. 🐾

# Vetoquinol

## TEM UPCARD® CONTRA ICC

Uma das doenças mais comuns na cardiologia em pets é a insuficiência cardíaca congestiva (ICC), crônica e que não tem cura. Três em cada dez cães de meia idade a idosos apresentam o problema. Se não for tratada de forma adequada, a enfermidade pode provocar danos irreversíveis à saúde do animal, podendo ser fatal. Para tratar os sinais clínicos da ICC, como edema e congestão, a Vetoquinol desenvolveu e lançou UpCard®, o primeiro diurético no mundo

a base de torasemida. UpCard® é um eficiente diurético de alça, que diminui a absorção de sódio e a retenção de líquido de forma rápida. O medicamento tem efeito prolongado de 24 horas, o que mantém a diurese mais estável. "A tecnologia empregada no desenvolvimento do UpCard® promove menor excreção de potássio urinário, contribuindo para uma menor taxa de arritmia cardíaca", explica Jaime Dias, gerente técnico de animais de companhia da Vetoquinol. 🐾



# Jiboia

## DE ESTIMAÇÃO



Você pode ter uma serpente em casa. Como a Jiboia. Mas há regras e cuidados a seguir. Ela precisa vir de um criadouro comercial registrado no Instituto Brasileiro do Meio Ambiente (IBAMA), como STK e Jiboias Brasil. O dono precisa ter nota fiscal, registro do animal, chip, e Guia de Transporte para qualquer movimentação. A Jiboia nasce selvagem, mas

pode ser domesticada nos primeiros dois meses. Os roedores são o único alimento que deve comer. O tutor precisa acompanhar e adequar o tamanho da presa ao desenvolvimento do organismo do pet. Ela não possui peçonha e vive em média 25 anos. O macho é menor e a fêmea pode atingir até quatro metros. Para saber o sexo, só mesmo chamando um profissional.

É um animal solitário, sedentário. Se tiver mais de um na casa, o ideal é manter recintos separados. Por segurança e para haver necessária observação individual da troca de peles, qualidade das fezes, etc. “É fundamental ter cuidado com o abrigo da jiboia na casa. Para ela não fugir”, aconselha a criadora e fornecedora de alimentação para serpentes, Lunna Ferreira. 

# Não corte

## O BIGODE DO SEU GATO

Os pelos dos felinos ajudam os animais em diversas atividades do dia a dia, na noção de espaço, no equilíbrio e na segurança. Não é uma questão de estética. Conhecidos por vibrissas, os pelos prolongados são encontrados na cabeça de grande parte dos mamíferos. Nos seres humanos, estão nas fossas nasais. Nos felinos, são os bigodes, que ainda podem encontrados acima dos olhos e no queixo. São em média 24 fios, doze de cada lado do focinho. Quando vibra sob qualquer alteração do ar no ambiente, o conjunto de vibrissas forma um órgão tátil, permitindo ao gato avaliar e prever o que está vindo a seguir. O comprimento também auxilia no equilíbrio e na localização do animal, que calcula distâncias, espaços, vento e se aventura apenas em lugares que os bigodes confirmam que ele caberá sem sofrer acidentes. Os pelos mais longos pedem tigelas largas e rasas para comer e beber. E são próprios dos gatos maiores. Se cortar o pelo, o pet vai ficar perdido, desorientado e com sinais de desequilíbrio. Além de não cortar ou aparar, evite manipulação excessiva na área dos bigodes. 



# 2021

## MERCADO PET BRASIL



### MERCADO

- Faturamento: R\$ 40 bilhões.
- Crescimento de 13,5% em 2020.
- 3º lugar no ranking internacional.
- Atrás de Estados Unidos e China.
- 3º lugar na população total de animais de estimação.

### PET BRASIL

- Segunda maior população mundial de cães, gatos e aves.
- **Terceiro maior país em população total de animais de estimação.**
  - 54,2 milhões de cães.
  - **23,9 milhões de gatos.**
  - 19,1 milhões de peixes.
  - **39,8 milhões de aves.**
  - 2,3 milhões de outros animais.
- **Total de 139,3 milhões de pets**
- **Movimenta 0,36% do Produto Interno Brasileiro (PIB).**



## MERCADO MUNDIAL

- Total: US\$ 124,6 bilhões
- Estados Unidos: 40,2%
  - Brasil: 5,2%
- Reino Unido: 4,9%

## GIGANTES DO BRASIL

- Cobasi
- Petz
- Petlove



## DESAFIO BRASIL

- Diversificação de produtos e serviços combinada com maior conscientização de marca para trabalhar o engajamento com o cliente.
- Vendas online para apoiar crescimento sólido.
- Maior busca por produtos premium como oportunidade principal para expansão nos próximos anos.



# De portas abertas para uma gestão de sucesso!

Por Luis Xavier Rojas,  
Diretor-presidente da Zoetis Brasil

O conceito de portas abertas não é algo novo, mas eu o compreendo como atual e importante para os dias de hoje, em que a gestão tem acontecido de maneira remota há um ano e meio. Se bem implementada, essa política contribui para um ambiente mais transparente e seguro para os colaboradores, promove uma relação mais amigável entre líderes e suas equipes, favorece a identificação de possíveis problemas com maior rapidez e ainda contribui para a retenção de talentos. Qual é o líder ou a empresa que não quer se beneficiar de todas essas vantagens? E aí vem a pergunta – se não é algo novo e traz tantos benefícios, por que ainda não se tornou prática? Entendo que, embora muitas empresas pretendam trabalhar dessa forma, no dia a dia um engessado sistema hierárquico acaba falando mais alto, por questões culturais da empresa e dos próprios gestores. Não é algo fácil e simples de fazer. Requer muita vontade, atitude e trabalho de um líder para que seja, de fato, uma prática eficiente, eficaz e, sobretudo, saudável em uma corporação.

Acredito que a prática da liderança pelo exemplo que preza sempre a ética em todas as ações que têm a escuta como um de seus pilares seja igualmente importante para um clima de confiança e respeito, é fundamental para a implementação dessa política. Alguns apontam como desvantagem desse sistema de portas abertas um prejuízo na cadeia de comando dentro da empresa.

Embora não esteja de acordo, compreendo o ponto de vista porque muitos podem entender que esse tipo de gestão extingue o nível hierárquico de uma companhia, mas, definitivamente, não se trata disso. Uma política de ação positiva de atenção, disponibilidade e integração deve ser cuidada e fortalecida em todas as equipes e instâncias para não desestabilizar a estrutura de uma empresa e/ou prejudicar o desempenho de seus colaboradores.

Durante os cinco anos em que estive na Coreia, tínhamos reuniões de planejamento trimestrais e eu fazia de duas a três reuniões individuais com colegas. Esses encontros foram muito bons porque pude conhecê-los melhor, escutar suas impressões a respeito dos rumos da organização, saber de suas necessidades. Essas informações foram valiosas para mim e para a equipe de liderança no direcionamento do futuro da companhia. Recentemente, já como diretor-presidente da Zoetis no Brasil, tive uma experiência que exemplifica alguns dos desafios dessa política – uma colega marcou uma conversa comigo e fui surpreendido ao escutar que seu período de estágio estava chegando ao fim e que eu teria de abrir uma vaga para ela na empresa. Por eu ter me mostrado aberto e acessível, ela enxergou uma oportunidade de obter o que queria. Pergunto-me se, com pouco mais de 20 anos, também não teria agido dessa forma; muito provavelmente, sim. Nesse caso, especificamente, talvez a falta de maturidade combinada à incerteza futura justifique



a atitude. Não deixei de ouvi-la e tentei gerenciar suas expectativas da melhor maneira possível.

Enquanto ainda estivermos trabalhando remotamente, essa integração de comunicação mais direta tem demandado um esforço adicional para que aconteça virtualmente, utilizando recursos como um telefonema ou uma chamada em vídeo. Mas, assim que possível e respeitando os modelos de trabalho flexível, quero ter a oportunidade de conhecer melhor e mais profundamente os colegas, chamando-os para uma conversa individual, para um almoço ou café da manhã, e espero que cada líder, a sua maneira, possa restabelecer conexões reais com seus times. Essa é a gestão com a qual me identifico e que, na minha visão, pode oferecer um ambiente mais harmonioso, em que todos possam ter a oportunidade de crescer e colaborar para o avanço e o sucesso de uma empresa. **AR**

# A temporada de monta já começou: É o momento de reproduzir campeões!



Melhore o desempenho reprodutivo da sua tropa com a tecnologia dos Minerais Tortuga, presente na linha Kromium®.

## Confira 7 benefícios

1. Melhora na fecundação e maior taxa de concepção
2. Melhor qualidade espermática dos garanhões
3. Melhor produção de óvulos viáveis
4. Bom desenvolvimento fetal, garantindo boa formação óssea dos potros
5. Melhor qualidade do colostro e produção de leite das éguas
6. Melhor escore corporal
7. Excelente custo-benefício

**Ajuste a nutrição mineral, valorize seu investimento em genética e alcance excelentes resultados**

Converse com nossa equipe de campo:  
0800 110 6262 | [www.tortuga.com.br](http://www.tortuga.com.br)

[f /tortugasdm](https://www.facebook.com/tortugasdm) [@tortuga.dsm](https://www.instagram.com/@tortuga.dsm) [y /TortugaDSM](https://www.youtube.com/TortugaDSM)



Uma marca  DSM

# Brasil e União Europeia

Os desafios da Covid-19 para o Agro Brasil do ponto de vista de um brasileiro que defende os nossos interesses na UE



**A** convite do nosso editor Ulisses Riba, aceitei o desafio de escrever sobre este tema para contribuir com esta edição de fim de ano da Revista Agrorevenda. Espero que a minha visão daqui do exterior, mais precisamente da capital da União Europeia (UE), Bruxelas, sirva como reflexão, que acredito ser necessária, para superar obstáculos ainda existentes que estiveram presentes durante estes dois annus horribilis que estão para terminar, deixando ainda lacunas e perdas incomensuráveis.

Início recordando algumas informações sobre a União Europeia (UE) para lembrar os nossos assíduos leitores sobre a importância do bloco para o mercado internacional de produtos agroalimenta-

res, principalmente pelo fato de a UE continuar a ditar o paradigma sanitário no mundo, além de ser o maior ator no cenário do comércio global em função dos seus 446 milhões de consumidores. A terceira maior população do mundo, que exige e compra produtos de qualidade. É o maior mercado único do mundo com regras e legislação transparentes. O bloco tem, também, uma estrutura de investimento legal segura, que está entre as mais abertas do mundo. E é o mercado por excelência dos países em desenvolvimento do mundo inteiro, inclusive do Brasil.

A UE de 27 (28 até o recente Brexit) Estados-Membros forma um único território para fins aduaneiros: não são pagos direitos sobre as mercadorias

que circulam entre eles. Os Estados-Membros aplicam uma tarifa comum para bens importados de fora da UE e mercadorias que foram importadas legalmente podem circular em toda a UE sem nenhum controle alfandegário. O primeiro desafio para a década em curso é a agenda política da presidente da Comissão Europeia, Ursula von der Leyen, que assumiu as suas funções em novembro de 2019, voltada para as expectativas da sociedade civil. Um dos tópicos principais da referida agenda, que também corresponde aos compromissos da UE em nível mundial, são as mudanças climáticas e a necessidade de reduzir as emissões de carbono. Neste sentido, von der Leyen lançou o prometido Green Deal, que tem como objetivo tornar

a economia da UE sustentável para transformar os desafios ambientais e climáticos em oportunidades, e tornar a transição justa e inclusiva para todos os cidadãos do bloco. O Green Deal estabelece um plano de ação para impulsionar o uso eficiente de recursos. Ele promove uma economia "limpa" e circular, que visa a restaurar a biodiversidade e reduzir a poluição.

O Green Deal disponibiliza investimentos necessários e ferramentas de financiamento, além de garantir uma transição justa e inclusiva para todos os países do bloco. Como a UE pretende ser neutra em relação às emissões dos gases do efeito estufa (GEE) até 2050, uma Lei Europeia do Clima foi proposta para transformar este compromisso político em obrigação legal. Para alcançar essa meta, todos os setores da economia devem se comprometer. Isso significa a realização de investimentos em tecnologias ambientalmente corretas, apoio à inovação, implementação de formas mais limpas, baratas e saudáveis de transporte público e privado, descarbonização do setor de energia, garantir que os edifícios sejam mais eficientes em energia e trabalhar com parceiros internacionais para melhorar os padrões ambientais globais. A UE também fornecerá apoio financeiro e assistência técnica para ajudar as pessoas mais afetadas pela transição para a economia verde. Para cumprir com esta parte do plano, contribuirá com pelo menos 100 bilhões de euros durante o período de 2021-2027 nas regiões onde esta mudança será mais drástica. Em contra-partida, as empresas europeias devem cumprir os três pilares do Green Deal: economia, sustentabilidade e aspectos sociais.

A EU, que já estava avançando no Green Deal, foi surpreendida, assim como a maioria dos países, com a chegada,

no início do ano passado, da crise do Covid-19. Na onda da pandemia, foram estabelecidas medidas de prevenção, inclusive com o lockdown que chegou a abalar o Tratado de Schengen, que garante a livre circulação de pessoas no bloco. Uma crise em nível mundial. No início, as populações europeias chegaram a esvaziar desnecessariamente os supermercados, levados pelo sentimento de que não haveria alimentos e produtos de higiene suficiente para todos. A este propósito, um dos principais objetivos dos governos dos estados-membros da UE foi garantir a segurança alimentar. O setor de proteína animal foi reconhecido como essencial por não ter sido encontrada nenhuma evidência de que animais de criação (bovinos, suínos, aves, ovinos) pudessem ser fontes ou vias de transmissão prováveis do vírus. No entanto, algumas notícias falsas circularam e tiveram, e ainda têm, que ser corrigidas na UE e no mundo.

E por falar no mundo, a Ásia não pode ser deixada de lado quando discutimos mercado internacional, por ser a região mais dinâmica e populosa do planeta. Civilizações milenares, países descolonizados há menos de um século e metrópoles muito ricas que, aos olhos dos brasileiros, são «amarelas», quando, na realidade, são heterogêneas do ponto de vista étnico, religioso, linguístico, cultural, social, político e, principalmente, econômico. Como descendente de um dos países daquele continente, o Japão, posso afirmar que, no Brasil, poucos conhecem a história da Ásia. Para o bem ou o mal, nós vemos o mundo como se nós fossemos o centro dele e, consequentemente, vemos tudo com um viés dominado pela nossa cultura e nossos valores ocidentais. Querendo ou não, a retomada do mundo naquele continente faz parte do impasse do século 21,

em que os Estados Unidos lutam para não ceder mais espaço para o poder comercial e tecnológico da China. Vale ressaltar que a China e a EU são os dois maiores comerciantes do mundo. A China é atualmente o segundo maior parceiro comercial da UE, atrás apenas dos Estados Unidos, e a UE é o maior parceiro comercial da China. As principais importações da China da UE são bens industriais e de consumo, máquinas e equipamentos, calçados e roupas. As principais exportações da UE para a China são máquinas e equipamentos, veículos motorizados, aeronaves e produtos químicos. O comércio de serviços UE-China representa mais de 10% do comércio total de bens e as exportações de serviços da UE representam 19% do total das exportações de bens da UE.

Esta mesma China que está sendo condenada por ter causado dois cataclismas. O primeiro que atingiu a todos, com raras exceções, a pandemia de Covid-19. O segundo, a recessão mundial que já tem nos atingido em consequência das medidas adotadas para combater a pandemia. Um cataclisma sanitário e o outro, econômico e financeiro! Passado já cerca de dois anos do início da crise, ainda permanece a polêmica sobre o confinamento das pessoas para combater o vírus, ainda que o impacto desta medida tenha sido desastroso para o econômico e financeiro. O que fazer? O desastre econômico e financeiro nós já testemunhamos até nos países desenvolvidos, como Estados Unidos ou os estados-membros da UE. O drama é que a recessão tem atingido os países mais pobres, o mercado informal e as pequenas empresas, que têm pouco acesso a crédito e capital de giro, afetando bilhões de empregos, principalmente nos países em desenvolvimento. Esta crise tem colocado em teste as

instituições internacionais e os governos que, até hoje, continuam a digladiar com políticas públicas, entre erros e acertos, sem conseguir administrar o difícil equilíbrio entre riscos sanitários e riscos socioeconômicos.

Infelizmente, já testemunhamos que a pandemia está demorando muito mais tempo do que poderíamos ter imaginado para ser solucionada. O cenário desta realidade é a recessão que continua causando desemprego, falência de empresas, desorganização de várias cadeias produtivas, frustrações e, como consequência inevitável, violência. Tornamos a viver a realidade de fronteiras criadas para eventualmente evitar novos contágios e a população mundial vive uma nova realidade que nos priva da facilidade de viajar, trabalhar e até manter contatos familiares. Testemunhamos, também, a fragilidade das instituições, especialmente da Organização Mundial da Saúde (OMS) para atuar como líder de referência nesta crise, em que ela foi mais do que nunca necessária. A globalização começou a mostrar uma inimaginável faceta - o nacionalismo - que pode reduzir o comércio e os investimentos globais por meio de uma aversão a produtos importados, inclusive os do agronegócio brasileiro. No curto prazo, pelo menos no Brasil, as medidas de contenção criaram obstáculos importantes no fluxo físico das cadeias de suprimento, principalmente na área de produtos perecíveis, como frutas, verduras e lácteos, em função das restrições impostas sobre importantes canais de distribuição, como restaurantes, bares, hotéis e serviços de alimentação.

Acredito que testemunhamos um momento único nestes quase dois annus horribilis, que exigiram estratégia e coordenação de autoridades competentes dos governos e gigantesco esforço

da população. Se existe um setor onde há “fakes”, como mencionei anteriormente, é no de proteína animal. Talvez ele perca somente para o circo montado na CPI da Covid-19, que colocou no centro dos holofotes inclusive dramas familiares e povocou um sentimento de politização do cotidiano nesta “reality” liderada por políticos com históricos pouco condizentes com as funções que ainda ocupam. Ataques contra o agro brasileiro são feitos em nome da saúde, do desmatamento, consumo excessivo de água, aquecimento global, entre outros. Até a grande mídia nacional e internacional acaba sendo influenciada por informações sem nenhum fundamentos científico. No entanto, fake ou não, ao invés de cair na armadilha da polêmica sobre o tema de desmatamento, chegou realmente a hora de implementar soluções para proibir o desmatamento ilegal e implementar, de uma vez por todas, o Código Florestal para evitar que a seguinte informação seja sempre colada ao Brasil: 420 milhões de hectares de floresta - uma área maior que os 27 países da União Europeia - foram perdidos globalmente entre 1990 e 2020, segundo dados da FAO (Food and Agriculture Organization).

Temos conhecimento de que o Brasil figura como bode expiatório neste tema, embora não seja o país onde o desmatamento mais cresce. Mas, por menor que seja o desmatamento no nosso país, aos olhos do mundo, acontece na floresta popularmente conhecida como o pulmão do mundo: a Amazônia! Nós, do agronegócio brasileiro, temos respondido, dentro do possível, que temos: 1) elevado estoque de áreas florestadas (dois terços da área do País); 2) matriz energética limpa e renovável; 3) Código Florestal rigoroso; 4) técnicas de agricultura sustentável; 5) ganhos de produtividade,

entre outros. Mesmo assim, é evidente que existe uma percepção negativa no mundo em relação ao Brasil neste assunto, em especial do atual governo, que herdou o resultado de péssima gestão para evitar o desmatamento ao longo dos anos, por não ter nem mesmo conseguido implementar o Código Florestal, assinado há muito tempo. Os dois setores mais expostos aos ataques continuam a ser o da soja e da pecuária. Cientes da consequência, as maiores empresas desses dois setores assumem, entre outros, compromissos de não adquirir produtos de seus fornecedores diretos que tenham inconformidades nas áreas ambiental e social. O Brasil do samba e do futebol deu lugar à imagem do país da agricultura no setor do agronegócio mundial, mas, fora dele, a percepção é ainda de muita desconfiança em relação ao meio ambiente, em função das imagens divulgadas pela mídia internacional sobre as queimadas e os desmatamentos em 2019. As imagens similares ao filme Apocalipse Now passou da opinião pública internacional para se instalar nas instituições da UE, nos organismos multilaterais, nos governos de terceiros países em todo o mundo.

Neste cenário, onde de um lado tento divulgar as informações positivas e reais do conteúdo do livro “Tons of Greens”, do Evaristo Miranda, da nossa EMBRAPA, de outro lado encontro um mundo insuperável de indivíduos - consumidores - com ideias preconcebidas que não aceitariam nem de longe que o Brasil seja um dos produtores mais preocupados com a sustentabilidade. Desta forma, cientes de que os consumidores exercem pressão sobre os seus governos, cabe a nós tomar medidas para melhorar nesta área muito criticada pelos europeus, que responde por dois terços do que o Brasil exporta atualmente e que continuará a ser im-

portante, inclusive por ditar o paradigma sanitário mundial também.

No nosso Brasil, também temos desafios internos a serem ainda vencidos, igualmente, em sanidade animal, principalmente por sermos líderes globais na exportação de carnes bovina, avícola e suína para mais de 150 países. Temos que ter um sistema sanitário de padrão global, que deve ser melhorado na implementação harmonizada da legislação em todo o território nacional e, sobretudo, aumentar o controle sanitário efetivo das nossas fronteiras. Neste sentido, caberia ressaltar e congratular a iniciativa da ministra da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Tereza Cristina, relativa ao Projeto de Autocontrole (Projeto de Lei 1293) com vistas a reduzir a burocracia e o chamado “Custo Brasil” para a agropecuária brasileira. Vale também recordar que, no Brasil, as preocupações de alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) não são novidades para o agronegócio brasileiro. O Plano da Agricultura de Baixo Carbono (Plano ABC) foi criado a partir de uma reunião de tecnologias de produção que minimizam os Gases com Efeitos de Estufa (GEE) e promovem o desenvolvimento setorial. O nosso país é um dos líderes em desenvolvimento de energia renovável no mundo, 42% de sua matriz energética é limpa. O que se trabalha é a diversificação de fontes e sua relação com o consumo doméstico. Na realidade, ao contrário das narrativas, não deixamos de cumprir os nossos compromissos assumidos no Acordo de Paris, o calcanhar de Aquiles tem sido a questão das queimadas na Amazônia, Cerrado e, mais recentemente, no Pantanal. Lembrando que estas podem ser criminosas ou não, legais ou ilegais (de acordo com o

Código Florestal) e sempre manipuladas de acordo com interesses econômicos e políticos.

Com o final do compromisso atribuído até 2020 e um alinhamento multilateral quanto à importância da mitigação dos GEE e a sustentabilidade do uso dos recursos, as nossas políticas devem ser revisadas. Seja o estabelecimento de novas metas, incorporação de mais tecnologias ‘verde’, promoção da inovação de produtos, processos e monitoramento, seja o comprometimento do Brasil com os objetivos pertinentes. No entanto, apesar dos nossos incessantes esforços, devemos manter a nossa guarda em função de novas exigências, como as que estão em discussão atualmente na EU, que deve anunciar, em novembro próximo, uma proposta para exigir dos exportadores - carne bovina, soja, café, cacau, madeira e óleo de palma - um certificado para comprovar que estas seis commodities são produzidas em terras que não foram desmatadas ou que contribuíram para a degradação do solo a partir de 1º/01/2021. Vale assinalar que existe uma pressão das ONGs radicais para aumentar o prazo contra os países que desmatam e queimam suas florestas. A meu ver, esta medida, que a UE alega ser uma exigência para evitar desmatamento, pode colocar mais pressão sobre o governo brasileiro para tomar medidas eficazes para proteger a floresta amazônica. A proposta da UE tramitará internamente no Conselho Europeu (líderes dos 27 países-membros) e no Parlamento Europeu. Em seguida, deve ficar, infelizmente, nas mãos da presidência francesa da UE no primeiro semestre de 2022, que desponta como líder nos ataques feitos ao Brasil em relação às regras ambientais no âmbito do acordo UE-Mercosul. À este propósito também, existe espaço para que o governo e o setor privado colaborem

para atender juntos às nossas necessidades e a algumas das exigências dos movimentos globais. Seu apoio é necessário para legitimar as obrigações daqueles que ainda não aderiram à moderna agricultura brasileira, existente para evitar especialmente a grilagem de terra. O importante é que nosso agronegócio, que luta todos os dias para defender seus interesses, continue com o objetivo de levar alimentos à mesa de cada família brasileira e mundial, melhorando a qualidade de vida das pessoas e, também, para trazer divisas para o nosso Brasil.

2020 e o ano em curso foram e estão ainda sendo *annus horribilis* em termos humanos - perdemos amigos, colegas de trabalho e ficamos longe da família –, do meio ambiente (houve queimadas) e econômico (empresas fechadas e muitas falências). Mas tivemos um agro brasileiro competente, que teve a capacidade de evitar o desabastecimento interno, além de exportar e faturar como nunca, mesmo diante de crises institucionais internas e inúmeras ameaças, até da UE. Somos a locomotiva da economia brasileira! Portanto, sem querer desprezar o esforço de adaptação e melhoria dos sistemas gerenciais e de produção em busca de sustentabilidade, a meu ver, podemos melhorar ainda mais o tema do Environmental, Social and Governance (ESG), que passa a ser uma tentativa de reduzir a lacuna entre a teoria do desenvolvimento sustentável e a prática empresarial com métricas compreendidas e comparadas por investidores, governos, sociedade e consumidores, que virou uma referência constante no discurso da maioria das grandes empresas do agro brasileiro também.

Segundo o relatório “ESG Investing: Practices, Progress and Challenges”, elaborado em 2020 pela Organisation

for Economic Co-operation and Development (OCDE), a quantidade de portfólios que incorporam elementos-chave de análise ESG pode chegar globalmente a US\$ 17,5 trilhões. O setor financeiro demorou décadas para entender o seu papel no desenvolvimento sustentável, mas tudo indica que, com a chegada das empresas financeiras, as oportunidades para o setor produtivo se multiplicam desde que sejam adotados compromissos baseados em metas ESG. O agro brasileiro desenvolveu uma gama de soluções que prioriza a mitigação do impacto Ambiental, como mencionei anteriormente. Tecnologias inovadoras, como a integração lavoura, pecuária e floresta (ILPF), com capacidade de aumentar a produtividade e mitigar as emissões de carbono, são exemplo do potencial ESG do setor. Vale citar, novamente, a Embrapa, que desenvolveu protocolo de rastreabilidade baseado na adoção de ILPF (carne carbono neutro), que pode auxiliar pecuaristas e empresas frigoríficas a atrelar sua produção às metas climáticas no escopo do ESG.

Como muito bem mencionou recentemente a diretora da Confederação Nacional da Agricultura (CNA), o nosso setor deve “estabelecer métricas replicáveis e escalonáveis para que o desafio a ser enfrentado por produtores, empresas e instituições de pesquisa, mas também pelo setor financeiro e por outras instituições ligadas à temática ESG, seja atingido. Contabilizar os impactos da atividade agropecuária e criar indicadores úteis e confiáveis para a tomada de decisão de investidores, governos e consumidores é essencial para posicionar o setor na onda ESG do desenvolvimento sustentável. Para os produtores rurais, será preciso maior abertura ao tema, em especial para ampliação de atuação nos pilares

sociais e de governança. O ESG abre duas portas de oportunidades para o agro: uma para melhorar o relacionamento com o mercado consumidor; e outra para melhorar a sinergia com o mercado financeiro. A combinação dessas oportunidades pode gerar uma externalidade altamente positiva, aumentando a visibilidade do compromisso ambiental, social e de governança do setor, melhorando sua imagem junto ao público urbano no Brasil e nos mercados de destino. É também sobre a externalidade de imagem que recai o principal risco do ESG: o risco reputacional”.

Vale alertar que o ESG não vai resolver todos os problemas ambientais e sociais. Pode até ser que seja apenas mais uma moda gerencial que, no futuro, será substituída por outra sigla. No entanto, é atualmente uma nova oportunidade criada pelo mercado. O futuro nos dirá quem surfou a onda da moda para superar de imediato as dificuldades da atual pandemia que, para o bem e o mal, oferece a nós uma porta aberta para aprimorar e melhorar o papel do setor de agronegócios brasileiro no mercado mundial.

E, para terminar, em outubro passado, testemunhamos mais um fato lamentável no Brasil. As sedes, em Brasília, de diversas entidades do nosso Agro, entre elas a Aprosoja e a Abramilho, foram vítimas de invasão por militantes do Movimento Sem Terra (MST). Tudo indica que esta onda de violência vem à tona graças ao contínuo caos provocado pelas nossas instituições, especialmente Senado e STF. Reitero que a soja, e tampouco a pecuária, não espalha fome. A proteína vegetal (soja), como bem lembrou o professor Marcos Neves, está todos os dias presente no ovo, no leite, no frango, no suíno, na carne bovina, na margarina,

no óleo utilizado para cozinhar, como parte do transporte público que leva as pessoas ao trabalho e muitos outros produtos. O nosso país é responsável por 38% da produção do planeta e tem 54% do comércio mundial. Fora o que gerou de renda no Brasil, a soja trouxe para o nosso país quase 183 bilhões de reais em exportações, ou 500 milhões de reais por dia, em 2020. A soja não espalha fome, como ventila o MST, ela espalha comida, ela gera renda, ela cria oportunidades para os que querem trabalhar. Mesma coisa para todos os outros produtos do nosso Agro. Portanto, não faltam provas visuais dos criminosos que promoveram a referida invasão e depredação para que as autoridades competentes do poder judiciário possam, em breve, adotar medidas rigorosas contra os responsáveis por este ataque novo à democracia. Neste clima de pandemia e de turbulências institucionais, caminhamos para o fim do ano, que exige de todos nós uma grande união para defender os nossos interesses e do Brasil.

Boas Festas a todos e que venha um próspero 2022 a nossa altura! 

---

### **Jogi Humberto Oshiai**

Diretor de Assuntos Públicos do Escritório de Advogados Europeus FratiniVergano (Bruxelas), CBO da Melo Advogados e pesquisador associado da FZEA/USP - j.oshiat@fratinivergano.eu

# Noticiário Tortuga no Canal do Boi

Programa da DSM, detentora da marca Tortuga® de suplementos nutricionais, oferece ainda mais informação qualificada aos pecuaristas brasileiros

Os pecuaristas de todo o Brasil contam, desde o último dia 8 de novembro, com um espaço nobre e de conteúdo exclusivo na comunicação do Agronegócio nacional. É o programa 'Noticiário Tortuga', exibido de segunda a sexta-feira, a partir das 7 horas da manhã, horário de Brasília, no Canal do Boi, com reprise diária às 16 horas no AgroCanal. Um momento de informação de qualidade para criadores de bovinos de Corte e de Leite, Pequenos Ruminantes e Equinos. Pastagem de qualidade, Integração Lavoura – Pecuária, Semiconfinamento, Sustentabilidade, Confinamento, Nutrição, Dietas eficientes, Suplementação adequada e bem-estar dos animais.

Apresentado pela jornalista Marcia Benevenuto e com entrevistas realizadas pelo repórter Cairo Rodrigues, o NT entra no segundo ano de presença na televisão do Agro Brasil com novas reportagens, entrevistas gravadas, agenda de eventos, dicas de manejo, respostas técnicas e orientações sobre como conduzir os negócios da maneira mais produtiva e de olho no clima, na estação, localização da propriedade rural, produtividade do solo e mão de obra qualificada e bem treinada.

"É muito bom poder retornar às fazendas, constatar e registrar que o pecuarista segue firme no trabalho, cuidando dos rebanhos, nutrindo bem os animais, cuidando dos colaboradores, investindo em tecnologias de suplementação nutricional e confiando nas soluções oferecidas pela marca Tortuga®. E voltamos para a estrada seguindo fielmente todas as recomendações da própria DSM, dos governos estaduais e dos especialistas em epidemiologia", afirma Cairo Rodrigues, jornalista do Grupo Publique e editor-chefe do Noticiário Tortuga®.

Ao lado da tradicional revista impressa Noticiário Tortuga®, produzida e distribuída pela empresa desde 1955, o NT no Canal do Boi consagra uma plataforma de conteúdos da DSM destinada a pecuaristas e solidifica a parceria de mais de sete anos da companhia com a Publique Agência, primeira e única agência de Propaganda, Comunicação e Marketing com foco 100% no setor agro. "O Noticiário Tortuga® na TV foi um projeto vitorioso, que permitiu conjugar diversas competências das equipes da DSM e da Publique. A experiência e o domínio dos preceitos técnicos da Nutrição Pecuária dos profissionais do núcleo de Marketing da DSM e a capacidade da Publique de criar conteúdos de grande impacto, produzir filmes de alta qualidade e utilizar a inteligência digital e a performance para alcançar o melhor resultado para a marca Tortuga®", comemora Carlos Alberto da Silva, presidente do Grupo Publique. "Entramos em uma nova etapa do programa diário, mas mantendo o canal consolidado para que os pecuaristas contem suas experiências sobre os retornos positivos da aplicação dos produtos Tortuga®, o que mostra



Marcia Benevenuto, apresentadora do programa Noticiário Tortuga.



Cairo Rodrigues e Maurício Adade, Presidente América Latina da DSM em gravação para o NT.

a importância que damos ao relacionamento com os clientes", reforça Juliano Sabella, Diretor de Marketing Ruminantes da DSM. **AR**

## CANAL DO BOI

Uma das emissoras do Grupo Sistema Brasileiro do Agronegócio (SBA), que oferece conteúdo informativo para cerca de 80 milhões de telespectadores em território nacional e de fronteira. E pode ser acompanhado na web pelo portal [www.sba1.com](http://www.sba1.com), além de canais da NET (Canal 190), Claro TV (Canal 190) e Parabólica analógica: 1.280 MHz Star One C2, Parabólica digital: DVBS Frequência de descida 3.993 MHz, Symbol Rate 12.416 Mbaud | Descida Horizontal | Satélite Star One C2. E, ainda, pelo canal do YouTube da DSM: [www.youtube.com/TortugaDSM](http://www.youtube.com/TortugaDSM).

Pois, então, encontro marcado! **Noticiário Tortuga no Canal do Boi. De segunda a sexta-feira, a partir das 7 horas da manhã**, horário de Brasília. A informação onde a Pecuária está. Pecuária de pasto, semiconfinamento, confinamento, integração e sustentabilidade. Para Pecuária de Corte e de Leite, Pequenos Ruminantes e Equinos.

### Reprise diária às 16h pelo AgroCanal:

Sky (aos finais de semana) - Canal 241.

Parabólica digital - DVBS Frequência de descida 3.993 MHz.

Symbol Rate 12.416 Mbaud | Descida Horizontal | Satélite Star One C2.

# AgBiTech entra no marketplace da Agrofy

Transações efetuadas na plataforma de e-commerce serão concluídas pela rede de distribuidores da companhia no Brasil



Alex Ferreira, gerente de Inteligência Digital da AgBiTech.

Com objetivo de expandir sua abrangência no território nacional e aprimorar processos logísticos, a AgBiTech Brasil acaba de aderir ao marketplace da plataforma de agronegócios Agrofy. A expectativa da companhia, de origem australo-americana, líder do mercado de produtos à base de baculovírus para controle de lagartas na agricultura (biolagartidas) é a de que essa estratégia contribua, também, para elevar o potencial de vendas de insumos da marca no âmbito de sua rede de distribuidores,

instalada em diferentes pontos do País. Descrita como uma plataforma de marketing e vendas, o modelo da Agrofy consiste num robusto ecossistema que conecta toda a cadeia do agronegócio, do fabricante ao produtor. Trata-se hoje do canal online de vendas mais visitado do mundo no setor agropecuário, que também registra crescimento vigoroso no Brasil. Em apenas dois anos no País, a Agrofy reúne 17 mil produtos à venda, recebe 1,3 milhão de visitas mensais e cria 24 mil oportunidades de negócios por mês a seus clientes e parceiros.

“A Agrofy gerará ‘leads’ para o distribuidor da AgBiTech, que ficará responsável pela finalização da transação e pela entrega dos produtos ao comprador online”, salienta Alex Ferreira, gerente de inteligência digital da AgBiTech. Conforme Ferreira, a companhia terá seu portfólio completo no marketplace da Agrofy, como os biolagartidas Cartugen® – usado com sucesso no controle da lagarta Spodoptera frugiperda, no milho – e Surtivon® Soja, este uma mistura dupla de baculovírus, para ma-

nejo biológico de lagartas da oleaginosa. “Na prática, inserimos o distribuidor da AgBiTech dentro do mais poderoso ecossistema de agronegócios da atualidade, uma medida que agrega enorme potencial de rentabilidade a nossos parceiros. Toda transação de produtos da AgBiTech, realizada dentro da Agrofy, será atendida pelo distribuidor que estiver mais próximo da região do agricultor comprador”, complementa Murilo Moreira, diretor de marketing da companhia australo-americana.

Moreira destaca que a loja personalizada da companhia na plataforma Agrofy mantém no ar catálogos de produtos organizados por vídeos e mostra diferentes recursos tecnológicos e digitais em suporte a novos negócios. Desde 2002, a AgBiTech trabalha com agricultores, consultores e pesquisadores, desenvolvendo soluções para manejo de pragas agrícolas. É controlada pelo fundo de Private Equity Paine Schwartz Partners (PSP) e fabrica toda a sua linha de produtos na unidade produtora de baculovírus em Dallas, no Texas (EUA). **AR**



Página da AgBiTech na Agrofy.



Murilo Moreira, diretor de Marketing da Agrofy: “Agricultor sendo atendido pelo distribuidor mais próximo”.

# Belgo Bekaert lança marketplace

Objetivo é fortalecer o arame no Agro Brasil



Após mais de um ano com restrições sanitárias e de circulação para o combate da Covid-19, o e-commerce segue como opção cada vez mais popular. Segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), somente no ano passado, 20,2 milhões de novos consumidores foram às compras pela internet. O faturamento do e-commerce no Brasil registrou receita de R\$ 126,3 bilhões e a perspectiva é seguir em disparada até o fim de 2021, com a expectativa de alta de 34%. A Belgo espera que, ao longo dos próximos meses, mais vendas agro se juntem ao marketplace, aumentando a capacidade de entrega e a capilaridade. Segundo o estudo da consultoria McKinsey, 'A mente do agricultor brasileiro na era digital', o interesse por compras agrícolas on-line aumentou 10 pontos no último ano. E mais: 71% dos agricultores já utilizam, diariamente, canais digitais para buscar informações e solucionar questões relacionadas à fazenda. 

**B**elgo Bekaert, empresa que é referência brasileira na produção de arames de aço, inaugurou sua loja on-line com entrega para todo o país, foco na oferta de produtos e soluções para o agronegócio, sendo a única produtora de arames que oferece venda direta on-line para os clientes finais. Na plataforma, também são oferecidos produtos e soluções para cercamento urbano, construção civil e solda. A expectativa é que, em três anos, 5% do volume das vendas anuais sejam na modalidade on-line. "Queremos estar cada vez mais próximos do consumidor final,

que já está habituado a multicanais de compra. Construímos um marketplace no qual o cliente pode comprar produtos com a qualidade Belgo direto da fábrica, mas também por meio de dois parceiros comerciais importantes neste início. O Grupo Alvorada, um dos maiores distribuidores de produtos agropecuários do país, e a ArcelorMittal, uma de nossas acionistas", afirmou Ricardo Garcia, CEO da Belgo Bekaert. Estas parcerias possibilitam não só a entrega no local escolhido pelo consumidor como também a retirada da compra em um local físico, conforme disponibilidade.

## BELGO BEKAERT

- # Líder brasileira na transformação de arames de aço
- # Fruto da parceria estratégica no Brasil entre ArcelorMittal e Bekaert
- # Atua nos segmentos de Agronegócios, Cercamentos, Construção Civil, Automotivo, Solda, Aplicações Especiais e Indústria Petrolífera

# Distribuidor, **tenha dinheiro em caixa em qualquer momento da safra** e se livre totalmente do risco

A TerraMagna transforma suas negociações em dinheiro em caixa com 4 passos simples:

- 1** **Analisamos as negociações** entre distribuidor e produtor (CPRs, duplicatas e outros).
- 2** Apresentamos esses documentos para **investidores** do mercado de capitais.
- 3** Viabilizamos as melhores condições para o distribuidor junto aos investidores.
- 4** Depois que a proposta for aceita, você, distribuidor, **recebe o dinheiro à vista** e sai totalmente do risco.

Analise quantas negociações você quiser, **gratuitamente e sem compromisso.**

Faça sua simulação online no site da TerraMagna  
➔ [www.terramagna.com.br/agrorevenda](http://www.terramagna.com.br/agrorevenda)

Ou fale com um de nossos especialistas pelo WhatsApp  
☎ (65) 9 9911.3427

# Agr<sup>o</sup>Cooperativas Rativas

O melhor das Cooperativas Brasileiras



nº01  
AR91

EM TERRA DE SOJA, QUEM USA  
O MELHOR PORTFÓLIO É REI



**ATENÇÃO**

PRODUTO PERIGOSO À SAÚDE HUMANA, ANIMAL E A  
CONSULTE SEMPRE UM AGRÔNOMO; INFORME-SE E R  
AS EMBALAGENS E OS RESTOS DOS PRODUTOS; LEIA ATENTAMENTE E SIGA A  
OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL.

# PORTFÓLIO SOJA DA CORTEVA

**Um poderoso e completo portfólio aliado à grandeza do produtor na missão de cultivar mais alimentos.**

É através do melhor portfólio para as lavouras de soja, com as marcas fortes e de alta performance das sementes **Brevant\*** e **Pioneer\***, alta genética de licenciamento com **Cordius\*** e as mais completas tecnologias de **Proteção de Cultivos**, que a Corteva Agriscience entrega lavouras altamente produtivas, **fazendo do seu negócio um Reinado de Cultivo de Alimentos.**

**#EuCultivoAlimentos**

**#FaçoParteDoReinado**



Veja por que a Corteva tem o **melhor portfólio** para o **cultivo da soja.**

SEMENTES

PROTEÇÃO DE CULTIVOS

TECNOLOGIA DE LICENCIAMENTO

HERBICIDAS

FUNGICIDAS

AVANÇADA

SEMPRE UTILIZE O MEIO AMBIENTE; USO AGRÍCOLA; VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRONÔMICO; REALIZE O MANEJO INTEGRADO DE PRAGAS; DESCARTE CORRETAMENTE E SEGUINDO AS INSTRUÇÕES CONTIDAS NO RÓTULO, NA BULA E NA RECEITA; E UTILIZE

# União que constrói riqueza

AgroCoopeRativas é o novo espaço dedicado ao cooperativismo brasileiro da plataforma AgroRevenda

**D**ois fatos são inquestionáveis quando analisamos o Brasil como um todo. O primeiro: o agronegócio é fundamental, é a grande âncora da economia nacional e o setor que fornece alimento e saúde aos mais de 210 milhões de brasileiros. O segundo: o cooperativismo é a grande força por trás do agronegócio.

As 5.300 cooperativas brasileiras de todos os setores são responsáveis, através de seus associados, por empregar nada menos do que 15,5 milhões de

pessoas. Só em empregos diretos, aqueles gerados pelas próprias cooperativas, são mais de 425 mil postos de trabalho, informa o presidente da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), Márcio Lopes de Freitas.

No ano passado, apesar da pandemia, só as cooperativas agropecuárias brasileiras distribuíram quase R\$ 10 bilhões em sobras, um crescimento de 74,5% em relação ao ano anterior. Graças à valorização das commodities agrícolas, o faturamento das coopera-

tivas atingiu R\$ 239,2 bilhões, 30,5% mais do que em 2019.

A força e o dinamismo das cooperativas brasileiras foram as bases que levaram a plataforma AgroRevenda a criar o AgroCoopeRativas. O suplemento, que faz sua estreia nessa edição da revista AgroRevenda, é integralmente dedicado ao cooperativismo. Um espaço para mostrar o que as cooperativas estão produzindo, planejando, inovando ou reivindicando. E, também, para contar as muitas histórias de união, superação e sucesso.



A primeira edição do AgroCoopeRativas traz uma amostra desse rico universo produtivo.

Uma reportagem especial com o presidente do Conselho de Administração da Coamo, José Aroldo Gallassini, é uma excelente oportunidade para conhecer a história dessa que é a maior cooperativa agrícola da América Latina, contada por seu idealizador e principal líder. Gallassini fala da sua trajetória e da organização, que nasceu da ideia de unir produtores numa região (Campo Mourão/PR) que enfrentava o fim do ciclo madeireiro e cujo solo era considerado ruim.

A Coamo foi fundada em 1970. Hoje, é uma gigante do agronegócio. É a maior empresa do Paraná em faturamento, segundo levantamento do jornal Valor Econômico em parceria com a Serasa Experian, e a 45ª no ranking nacional, com receita líquida de R\$ 18,85 bilhões.

Também no Paraná e igualmente uma potência no setor, a Cocamar, com sede em Maringá, nasceu da adversi-

dade, em plena crise da cafeicultura, em 1963, e agravada uma década depois pela grande geada de 1975. O presidente do Conselho da Cocamar, Luiz Lourenço, viveu de perto essas fases e as que se seguiram, até chegar ao atual formato da cooperativa, que faturou R\$ 4,6 bilhões no ano passado e espera atingir R\$ 6 bilhões em 2021.

“Nossa força é a pequena propriedade”, ressalta Lourenço. “No cooperativismo, o pequeno produtor tem a melhor semente, o melhor defensivo. Tem também o trabalho de melhorar o entendimento sobre o mercado”.

Com mais de 37 mil associados, a CooperCitrus é a maior cooperativa agrícola das regiões Centro-Oeste e Sudeste do Brasil. Nasceu há 45 anos, em Bebedouro, interior paulista, e conta hoje com 180 unidades de negócio de variados perfis espalhadas por 60 municípios de São Paulo, Minas Gerais e Goiás. No ano passado, a CooperCitrus registrou faturamento de R\$ 5,9 bilhões, com crescimento de 24% na comparação com 2019.

Profissionalização e sustentabilidade são duas palavras-chaves na CooperCitrus. “A cooperativa adotou um modelo inovador de gestão, direcionado para a sucessão e a longevidade dos negócios”, explica o vice-presidente do Conselho de Administração, Matheus Marino. E, pela primeira vez, a CooperCitrus publicou seu Relatório de Sustentabilidade, seguindo as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI).

No Rio Grande do Sul, duas importantes cooperativas fecharam uma aliança estratégica de intercooperação. A Cotrijal, de Não-Me-Toque, e a Coagrisol, de Soledade, vão compartilhar negócios, processos e aprendizados. Objetivo é potencializar o desempenho das duas organizações, mantendo suas identidades.

O AgroCoopeRativas traz esses e outros conteúdos importantes sobre este que é um dos motores da economia brasileira.

Boa leitura!

**Carlão da Publique**



<b>Syngenta</b> A maior Aliança do agronegócio brasileiro	<b>139</b>
<b>Entrevista Cooperativista</b> José Aroldo Galassini, Presidente do Conselho da Cooperativa dos Agricultores de Campo Mourão - COAMO	<b>145</b>
<b>Alimento Cooperado</b> Parceria Capal e OnFarm reduz descarte de leite e melhora rentabilidade	<b>152</b>
<b>AgriBusiness Cooperativo</b> Sementes Castrolanda inicia venda no exterior Coopavel fecha parceria para projeto de inovação de rede 5G Cooperativa Lar espera 2º semestre positivo	<b>154</b> <b>155</b> <b>155</b>
<b>Coop Age</b> Luiz Lourenço, Presidente do Conselho de Administração da COCAMAR	<b>156</b>
<b>Coopercitrus</b> Coopercitrus comemora 45 anos e cresce 24%	<b>158</b>
<b>Futuro Juntos</b> Cooperativas do Paraná investem R\$ 23 bi até 2025	<b>160</b>
<b>História</b> Digital Agro 2021 apresenta a evolução do setor	<b>162</b>
<b>Negócio Sustentável</b> Cooperativa Holambra lança CRA de R\$ 75 milhões	<b>166</b>
<b>Recorde</b> A vaca mais produtiva da América Latina	<b>168</b>
<b>Performance</b> Cooperativas Agro com R\$10 bi em sobras em 2020	<b>170</b>
<b>Serviço</b> Cooperativa cria aplicativo de banco de ideias para engajar colaboradores	<b>171</b>
<b>União</b> Cotrijal e Coagrisol firmam aliança estratégica	<b>172</b>
<b>Opinião</b> Cooperativismo é cooperação global	<b>174</b>

# Syngenta & Cooperativas

## A maior Aliança do agronegócio brasileiro

**Inédita na história do setor, a parceria da Syngenta com as cooperativas brasileiras sedimenta, há 22 anos, o desenvolvimento do Agro e a potencialização do cooperativismo no País**

Uma parceira inédita, ousada e visionária. Assim pode ser definido o Programa Aliança, criado pela Syngenta há 22 anos em parceria com as principais cooperativas brasileiras. Um trabalho contínuo de crescimento mútuo para a Syngenta, as cooperativas e seus associados. O programa alcança hoje 78 cooperativas espalhadas por todo o país e teve papel determinante na implantação de inovações para o agronegócio e no fortalecimento do cooperativismo, que é um dos principais motores da economia brasileira.

A criação do Programa Aliança em 1999 foi resultado de uma visão de futuro da Syngenta, no qual o protagonismo das cooperativas despontava como uma crescente força no novo século que se aproximava. Trabalhar em conjunto com as instituições cooperativistas seria o melhor caminho para construir um melhor e mais sólido ambiente para o agronegócio brasileiro.

O diretor para a América Latina e Brasil da Syngenta Proteção de Cultivos, Juan Pablo Llobet, afirma que a em-

presa tem como meta ampliar ainda mais esse relacionamento. "A Syngenta reconhece a grandiosidade do cooperativismo e o seu sucesso no agronegócio do país. E a nossa estratégia busca fortalecer ainda mais a parceria com as cooperativas, através do programa Aliança, o qual tem mais de 20 anos de história", explica.

Llobet acrescenta que a Syngenta e as cooperativas têm um grande propósito em comum, que é continuar a desenvolver a agricultura a longo prazo, em conjunto com o agricultor, "buscando o máximo de eficiência no campo, por meio das melhores tecnologias e inovações, tanto no âmbito de produtos como de ferramentas digitais, financeiras, cadeias de valor, desenvolvimento e iniciativas através da nossa Plataforma Aliança". "Continuaremos a trabalhar para evoluirmos juntos e cumprindo nosso propósito de desenvolver o agronegócio brasileiro", reforça.

Na avaliação do diretor Comercial da Syngenta, Luciano Daher, o programa proporciona um processo contínuo

de integração e desenvolvimento que resulta em ganhos para todos. Para a empresa, é muito importante estar próximo do produtor cooperado e das equipes técnicas que atuam a campo. Dessa forma, por exemplo, o desenvolvimento de produtos se torna mais efetivo, porque os ensaios têm respostas no campo e os ajustes podem ser realizados, quando necessários.



Juan Pablo Llobet, diretor da América Latina e Brasil da Syngenta: "Continuaremos a trabalhar para evoluirmos juntos e cumprindo nosso propósito de desenvolver o agronegócio brasileiro"



Andre Savino, diretor de Marketing da Syngenta: "Processo de desenvolvimento contínuo e trajetória vencedora"

---

Por outro lado, completa Daher, para a cooperativa, além de todos os benefícios oferecidos pelos programas que estão sob o guarda-chuva do Aliança, há a oportunidade de sempre estar fornecendo aos seus associados produtos desenvolvidos para a sua realidade local, já testados e validados. E também ter acesso a esses produtos antes mesmo de eles chegarem ao mercado.

"O Aliança é um programa que veio na hora certa, no lugar certo e com os parceiros corretos; por isso tem essa trajetória vencedora e terá certamente um grande futuro pela frente", avalia Daher.

O diretor de Marketing da Syngenta, Andre Savino, acompanha o programa desde que ele foi lançado, durante um encontro realizado em Foz do Iguaçu, no Paraná, em abril de 1999. O programa surgiu primeiro com um foco regional e nada mais natural que fosse no Sul do país, por sua tradição cooperativista. "O Aliança cresceu, se

fortaleceu e hoje estamos no Brasil todo, com as principais cooperativas do agro brasileiro e num processo de desenvolvimento contínuo, que o torna cada vez ainda maior", afirma.

Savino reforça o compromisso da Syngenta com o programa. "O cooperativismo é uma peça fundamental na transformação do agronegócio no país. A Syngenta continuará trabalhando duramente no Programa Aliança, para potencializarmos ainda mais o cooperativismo e caminhar juntos nessa missão de transformar o agro brasileiro".

### Sem precedente

Já o diretor de Marketing Clientes Brasil da Syngenta, Tiago Santos, ressalta que a empresa e as cooperativas consolidaram juntas o maior programa já realizado no país focado no desenvolvimento do cooperativismo e do agronegócio brasileiro. Não existe hoje no mercado um projeto com tantas histórias, tantas transformações e que seja tão consistente quanto o Programa Aliança.

"Baseados nesta aliança, estreitamos nossos relacionamentos, desenvolvemos nossas pessoas, nossas cooperativas e acima de tudo compartilhamos do mesmo propósito que é fortalecer o cooperativismo brasileiro, garantindo ao cooperado acesso às melhores soluções para que seu negócio prospere e transcenda as novas gerações", afirma Santos.

O trabalho em conjunto ao longo desses mais de 20 anos permitiu que a bagagem de conhecimento, aprendizados, transformações e crescimento fosse aumentando ano a ano. "Construímos juntos programas específicos para cada membro da cooperativa e para o cooperado, viajamos pelo mundo em busca do que há de melhor e do novo, na busca do desenvolvimen-



Luciano Daher, diretor Comercial da Syngenta: "Programa veio na hora certa, no lugar certo e com os parceiros corretos"

---

to de cada líder do cooperativismo. Expandimos juntos nossos negócios e crescemos em todos os sentidos, como empresas, como profissionais e como pessoas".

Santos conta que teve o primeiro contato com cooperativismo ainda na faculdade, em 1999, nas aulas do Prof. Roberto Rodrigues. Desde então, o cooperativismo faz parte da vida dele, como cooperado, como profissional e como pessoa. "Poder participar da criação, renovação, inovação do Programa Aliança durante todo este tempo se torna prazeroso demais. E ver cada líder se desenvolvendo e desenvolvendo suas cooperativas e cooperados consolida a paixão que tenho pelo cooperativismo".

### Capacitação

"Desde o início escrevemos nossa história juntamente com as Cooperativas, por meio do Programa Aliança, através dessa relação de parceria. O cerne do

programa foi o pilar de capacitação e estes 22 anos foram marcados por muitas ações de desenvolvimento, inovações, interações, capacitações, viagens e relacionamento”, afirma Luana Araújo, gerente de Acesso ao Mercado da Syngenta e gestora do programa.

Ela acrescenta que a Syngenta sempre buscou levar o que havia de mais alto nível e inovador no mercado para desenvolver soluções em conjunto com as cooperativas. “Saímos pelo mundo a procura do que havia de mais moderno, buscamos respostas no campo, pesquisamos inovações em salas de aula. Passamos a estar cada vez mais próximos da tecnologia. Nós nos encontramos, construímos juntos e inovamos em time”.

O resultado foi a evolução e o crescimento conjunto da Syngenta, das cooperativas e dos cooperados. O próprio programa foi evoluindo ao longo dos anos, incorporando novas frentes e novos desafios e gerando resultados importantes. Essa evolução é permanente, sempre focada no futuro do agronegócio e no fortalecimento do



Luana Araújo, gerente de Acesso ao Mercado da Syngenta: “Nós nos encontramos, construímos juntos e inovamos em time”

cooperativismo. O Aliança se consolida como um estado de parceria e confiança entre as cooperativas e seus cooperados e a Syngenta.

Hoje o Programa Aliança tem quatro frentes de atuação. A primeira é o Desenvolvimento, que trabalha para proporcionar conhecimento e informação para as diferentes áreas da cooperativa afim de suportar a evolução no ambiente de rápida transformação. Já Negócios tem como meta fortalecer a Syngenta como a melhor empresa para fazer negócios, reconhecendo e remunerando as entregas superiores.

Já Tecnologia e Inovação, que é o alicerce da parceria, busca ter permanentemente um portfólio completo que atenda as necessidades dos cooperados, com compromisso com o pipeline futuro, novas soluções e serviços. A quarta das frentes de atuação do Programa Aliança é o Cooperado. O programa tem presença junto ao cooperado, o assistindo tecnicamente e gerando demanda junto à cooperativa, reforçando a presença da Syngenta no campo. “Através destes pilares pautamos nossas ações e iniciativas juntamente a todo o time das cooperativas e também com os cooperados”, reforça Luana Araújo.

Se a evolução permanente foi a marca do programa até aqui, será ainda mais no futuro. “Estamos em busca de evoluir nossa parceira junto às Cooperativas através do Aliança, estando cada vez mais próximos delas e atuando fortemente dentro desses quatro pilares”, antecipa a gerente. O programa buscará estar ainda mais próximo dos cooperados.



Tiago Santos, diretor de Marketing Clientes Brasil da Syngenta: “Ver cada líder se desenvolvendo e desenvolvendo suas cooperativas e cooperados consolida a paixão que tenho pelo cooperativismo”

“Temos uma nova geração no campo e queremos evoluir em conjunto através de inovações, tecnologias, gestão de negócios e ganho de eficiência, dando suporte à geração de valor e à fidelização deles junto às cooperativas e à Syngenta. Continuamos firmes em nossa parceria e queremos continuar escrevendo essa história junto com aqueles que nos inspiram”, afirma Luana. 🌱



Na moldura, a foto do primeiro encontro realizado pelo Programa Aliança, em Foz de Iguaçu, com cooperativas do Sul do Brasil

# Profissionais cada vez mais preparados

**R**esponsável técnica da Produção de Sementes da Cotrijal, em Não me Toque (RS), a engenheira agrônoma Marcela Lange Schiochet afirma que tinha uma expectativa muito alta em relação ao Programa Aliança Técnica. Colegas da cooperativa já haviam participado do programa e os relatos eram muito positivos. A oportunidade dela chegou esse ano. "Mesmo na modalidade online, o programa não perdeu a essência e forma conteúdos riquíssimos, distribuídos em módulos técnicos e comportamentais, ministrados por excelentes profissionais, referências em suas áreas de conhecimento. Superou as minhas expectativas iniciais".

O trabalho proposto, explica Marcela, teve como objetivo desenvolver na prática alguns dos pilares que compõem a produtividade do sistema de produção, com foco na cultura da soja. Ao final foi feita a colheita auditada pelo CESB (Comitê Estratégico

Soja Brasil). Essa participação das equipes da cooperativa no programa, segundo ela, fortalece o conhecimento dos profissionais e os prepara ainda mais para tomada de decisões junto ao cooperado.

A capacitação oferecida pelo programa é dividida em módulos, teóricos e a campo, mostrando os resultados da aplicação de cada tecnologia agrícola, onde é realizada a avaliação das plantas e dos solos.

Ela lembra que há outras modalidades do Programa Aliança, que abrangem outros setores da cooperativa. "Como trabalho diretamente com a produção de sementes, outro exemplo que acompanho de perto é o apoio de Seedcare Institute nos assuntos relacionados ao tratamento de sementes".

Marcela define o Programa Aliança como uma parceria de sucesso, fortalecendo a Syngenta, as cooperativas e os produ-

tores. "A presença da Syngenta junto à Cotrijal, através de programas como o Aliança Técnica, além da disponibilidade de amplo portfólio de produtos, faz com que o departamento técnico esteja sempre atualizado com o que há de novidades em relação a manejo e posicionamento técnico, tornando os profissionais cada vez mais preparados para atender as demandas do dia a dia no campo, junto aos nossos associados".



Marcela Lange Schiochet, da Cotrijal: "Conteúdos riquíssimos, ministrados por excelentes profissionais, referências em suas áreas"

# Relação de confiança

**O** CEO da Coopercitrus, Fernando Degobbi, destaca como pontos principais da parceria da Syngenta com as cooperativas a relação de confiança e de transparência e também o foco muito forte no que o cooperado precisa. O programa, segundo ele, tem contribuído muito na capacitação dos colaboradores, na elaboração de uma visão estratégica com relação ao mercado e também na premiação da cooperativa.

A Syngenta sempre apoiou o cooperativismo, com programas de acesso ao mercado e de capacitação exclusivos para as cooperativas. "É muito bom poder contar com isso, pois o cooperativismo é de fato o melhor modelo para atender o produtor", argumenta Degobbi.

"A parceria da Syngenta com a Coopercitrus tem contribuído muito para a evolução da nossa cooperativa, uma vez que tratamos sempre de um planejamento conjunto, buscando as melhores práticas, as melhores soluções. E sempre tendo em vista a melhor performance dos produtos no campo, o que gera mais resultado para o produtor."



Fernando Degobbi, CEO da Coopercitrus: "É muito bom poder contar com essa parceria, pois o cooperativismo é de fato o melhor modelo para atender o produtor"

# Qualificação e codesenvolvimento

O gerente técnico da área de Agricultura da Copacol, em Cafelândia (PR), Tiago Madalosso, destaca a qualificação dos profissionais responsáveis pelos treinamentos do Programa Aliança. “São todos referências em seus campos de atuação”, diz o engenheiro agrônomo, que está há dez anos na cooperativa.

Outro aspecto importante observado por Madalosso é a independência que os especialistas convidados pelo programa têm para abordar os temas da forma que consideram mais adequada, mais técnica, sem que qualquer interesse econômico prevaleça na condução dos conteúdos.

“Ficou muito claro quando fiz o treinamento do Aliança que se trata de uma capacitação técnica, voltada essencialmente à qualificação do profissional.” Esse conceito é alinhado com a visão corporativa da Copacol, que é a de buscar a excelência para os profissionais que atuam no atendimento ao cooperado.

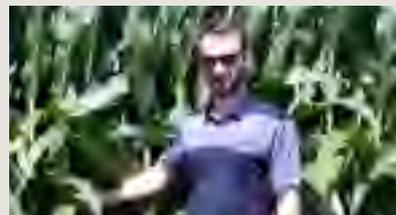
O Programa Aliança é, portanto, um aliado muito importante nesse cenário, em especial por conta da recente expansão territorial da Copacol, que fez crescerem as equipes da cooperativa. Tanto que uma nova turma da capacitação do Aliança foi fechada exclusivamente para o pessoal da cooperativa, com 50 participantes, já em andamento.

“Hoje podemos dizer que quem ainda não havia feito o treinamento está participando dessa nova turma. Ou seja, 100% da nossa equipe técnica fez ou está fazendo o Aliança”, acrescenta.

Madalosso ressalta também a importante contribuição da parceria junto ao Centro de Pesquisa Agrícola (CPA) da cooperativa, através do programa Aliança Desenvolvimento. Syngenta e Copacol fazem o codesenvolvimento de produtos. Para a cooperativa, é muito importante que esses produtos estejam avaliados com base na realidade local, inclusive com ajustes apontados pela equipe técnica da Copacol.

“Fazemos duas ou três safras de testes. Assim, quando o produto chegar ao mercado já estará validado e terá recebido adequações se elas forem necessárias”, explica.

“É uma estratégia de codesenvolvimento em que ambas as organizações ganham. A Syngenta por ter a opinião técnica dos nossos pesquisadores sobre seus produtos. E para a Copacol por poder participar do desenvolvimento dos produtos, conhecendo eles bem antes de irem ao mercado, de modo a ter bastante segurança e firmeza na hora de passar isso para os cooperados. 🌱



Tiago Madalosso, gerente técnico de Agricultura da Copacol: “Capacitação técnica voltada essencialmente à qualificação do profissional”

## Foco em soluções modernas

O vice-presidente executivo da Cocamar, José Cícero Aderaldo, lembra que a parceria da Syngenta com a cooperativa vem de longa data. A empresa é uma das principais fornecedoras da cooperativa e participa ativamente nos eventos técnicos da Cocamar, em que são apresentadas tecnologias para que os cooperados tenham melhores resultados em seus negócios. E esse é o principal objetivo da cooperativa. “O foco na oferta de

soluções modernas e eficientes aos nossos cooperados é o que une os nossos caminhos”, resume.

Aderaldo destaca os avanços do programa na formação dos profissionais da cooperativa, que têm a oportunidade de discutir temas de grande importância para o agronegócio com os principais especialistas de cada área. “A formação de nossos colaboradores é uma preocupação constante e o programa Aliança vem contribuir para que possamos atingir o objetivo de termos pessoas altamente preparadas para entregar o melhor serviço aos nossos cooperados.”

Acredito que a grande contribuição da Syngenta ao Cooperativismo e ao Agronegócio é continuar investindo pesadamente em Pesquisa e Desenvolvimento para desenvolver novas moléculas e novas cultivares que possibilitem maior eficiência aos produtores, maior produtividade e uma ótima relação custo x benefício, e contribuindo para uma agricultura cada vez mais sustentável. 🌱



José Cícero Aderaldo, vice-presidente da Cocamar: “O foco na oferta de soluções modernas e eficientes aos nossos cooperados é o que une os nossos caminhos”

# Relacionamento diferenciado

O superintendente de Insumos da Cooperativa Agroindustrial dos Produtores Rurais do Sudoeste Goiano, a Comigo, Cláudio Teoro, define a parceria da instituição com a Syngenta como de longa data e bem consolidada. "A empresa é um dos maiores fornecedores da cooperativa no segmento de insumos, possui representantes técnicos e comerciais exclusivos para a Comigo e o seu portfólio de produtos é amplo, eficiente e de boa aceitação", afirma.

O Programa Aliança, explica Teoro, permite um atendimento diferenciado, com capacitação da equipe comercial, gerencial e diretiva, proporcionando constante atualização. "Além disso, oferece maior abertura nos diálogos com os dirigentes da Syngenta para discutir assuntos do

agro." O programa é importante também, segundo ele, porque ocorre um maior intercâmbio com outras cooperativas, inclusive através do Conselho das Cooperativas que foi criado.

"Ao disponibilizar produtos e serviços enfatizando as cooperativas e tendo uma equipe focada e capacitada para o segmento cooperativista, a empresa se solidifica no protagonismo ao cooperativismo, contribuindo para o seu crescimento", argumenta Teoro.

A parceria da Syngenta com as cooperativas tem grandes perspectivas no futuro. Teoro considera importante continuar investindo em novos produtos e novas moléculas, garantir o fornecimento de produtos já comercializados, ajudar na

capacitação da equipe, manter o time de colaboradores com ênfase nas unidades da cooperativa, não fomentar vendas diretas, apoiar as cooperativas na expansão territorial e na abertura de novas lojas, além de participar de ações envolvendo a sustentabilidade do agro e ações sociais promovidas pela cooperativa. 



Cláudio Teoro, superintendente de Insumos da Comigo: "Empresa se solidifica no protagonismo ao cooperativismo"

# Parceria estratégica



Aquiles Dias, diretor de Suprimentos e Assistência Técnica da Coamo: através do Aliança, gestores participaram de treinamento nas melhores instituições no mundo

Para o diretor de Suprimentos e Assistência Técnica da Coamo, Aquiles Dias, a parceria é e continuará sendo estratégica. "Sempre priorizamos o relacionamento com empresas que têm pesquisa e desenvolvimento de tecnologias e produtos e esse é o caso da Syngenta. Empresas que estão pesquisando hoje soluções de problemas que nem sabemos que teremos no futuro. Por isso, ser parceiro de uma companhia como a Syngenta é estratégico."

O programa agregou, segundo ele, muito conhecimento para toda a equipe da cooperativa nos últimos anos, tanto de conhecimento técnico quanto de mercado e principalmente de gestão. "Foi através do Programa Aliança que os gestores da cooperativa puderam conhecer e participar de treinamento nas melhores instituições de

ensino em Gestão de Negócios do mundo e conhecer companhias de outros setores que têm atuação global."

Dias avalia que, através dos diversos programas que estão no guarda-chuva do Aliança, a Syngenta dá uma demonstração concreta de que não está somente preocupada em fornecer produtos e tecnologias, mas busca o desenvolvimento integral da cooperativa, em todas as áreas. "Assim a cooperativa se torna mais eficiente e melhora sua performance como empresa."

Ele acrescenta que a proximidade da Syngenta com a Coamo vem de muito tempo. "Podemos dizer que sempre estivemos juntos nos 50 anos que a Coamo existe. Tivemos parcerias com todas as empresas que se juntaram para formar a Syngenta de hoje." 

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

Publique ABMRA



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



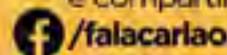
Todos os sábados,  
às 11h00 nas Redes Sociais  
do Fala Carlão.

**Especial**  
Sábado



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

Assista, curta  
e compartilhe



# José Aroldo Galassini, Presidente do Conselho da Cooperativa dos Agricultores de Campo Mourão - COAMO

“O cooperativismo é um sistema muito bom, mas exige honestidade e sinceridade com os produtores”



Galassini: “Cooperativismo é bom, mas exige honestidade e sinceridade com os produtores”.

**H**onesto, honrado, pai e amigo exemplar. Um ídolo a ser seguido. O prefácio do ex-ministro da Agricultura Roberto Rodrigues, no livro sobre a história de José Aroldo Galassini, define o perfil do engenheiro agrônomo que nasceu em Brusque (SC), canhoto, um dos doze filhos de uma família de imigrantes italianos, com um pai fabricante de móveis. Começou a trabalhar aos 13 anos, numa loja de secos e molhados. Perto dos 15 anos, resolveu estudar e partiu para Curitiba

(PR), onde fez o antigo Ginásio e Científico (hoje, Ensino Médio). Tentou a Agronomia, mas não conseguiu entrar de primeira por causa da nota baixa em Matemática. Antes de uma segunda prova, começou a cursar Jornalismo para poder comer gastando pouco no restaurante universitário. Com o diploma que desejava na mão, entrou na agência paranaense de assistência rural da época e partiu para Campo Mourão, em 1968. Fazer história. Conduziu os primeiros experimentos de trigo. Va-

riedades, adubação, calagem e época ideal de plantio. Depois, com a soja. Mas, para quem vender a produção? Criar uma cooperativa era uma boa ideia, mas como vencer os desafios de terras impróprias, ácidas e sem tecnologia agrícola?

O ciclo da madeira estava acabando. Mesmo assim, nasceu a Cooperativa Agropecuária Mourãoense Ltda, com 79 agricultores associados, sob a presidência de Fioravante João Ferri, ma-

deixeiro conhecido e que fez questão de contar com Galassini como gerente geral. A primeira sede foi um escritório com 50 metros quadrados. Mas era o início de uma revolução. Produção de trigo, aluguel de armazéns, armazenagem própria, os primeiros entrepostos. Fioravante João Ferri morre e José Aroldo Galassini é eleito presidente. Os negócios decolam de vez. Organização, união e participação dos cooperados. Fazenda Experimental, loja de peças, moinho de trigo, indústrias de óleo de soja, fiação de algodão, fábrica de margarina. A Coamo chega a 63 municípios de Paraná, Santa Catarina e Mato Grosso do Sul. Hoje, recebe 3,5% de toda a produção nacional de grãos e fibras e 17% da safra paranaense. E transformou-se na maior cooperativa agrícola da América Latina. E uma das maiores empresas do país. Uma caminhada de cinco décadas. Que pode ser resumida em nove letras: GALASSINI. Acompanhe porque esse nome traduz uma jornada vitoriosa de milhares de produtores e agentes do cooperativismo brasileiro. Que hoje comanda o Conselho da cooperativa, em um novo desenho administrativo, criado no ano passado.

**AgroCoopRativas** - Porque você diz que nasceu com um defeito?

**José Aroldo Galassini** - Porque eu sou canhoto e naquele tempo era uma coisa feia, a escola não permitia escrever com a mão esquerda. Meu pai chegava a amarrar meu braço para eu usar só a mão direita. Até hoje tenho a letra feia por causa disso. Muita gente hoje pode estranhar, mas é que o tempo passou e isso não tem mais a menor importância.

**AgroCoopRativas** - Na juventude, você estudava ou trabalhava?

**José Aroldo Galassini** - Comecei a trabalhar com 13 anos, no comércio, por ordem de meu pai. E pensei que não

iria mais estudar. Mas mudei de ideia e passei a ir à escola à noite, sempre trabalhando. Também no Banco Noroeste do Estado de São Paulo, no Banco Comércio S/A. E, nas férias, ainda fazia balanços para um sindicato. Nunca precisei da minha casa para me manter. Em Brusque e em Curitiba, onde fui morar para fazer o ensino superior. Também fiz cálculos de topografia para as empresas de colonização que atuavam no Norte do Paraná. E escrevia cartas com pedido de emprego nas empresas para os meus amigos.

**AgroCoopRativas** - Como iniciou sua carreira profissional no cooperativismo?

**José Aroldo Galassini** - Passei num concurso de extensão rural da CARPA (atual Emater – Empresa de Assistência Técnica Rural). Naquela época, fim dos anos 1960, havia muita oportunidade de emprego nos estados por causa da atuação das secretarias de agricultura. E fui enviado para atuar em Campo Mourão, em 1968, em um programa de estudos que planejava a fundação de uma cooperativa.

**AgroCoopRativas** - Como era o solo do Paraná naquela época?

**José Aroldo Galassini** - Nós éramos conhecidos como a terra dos 'três S'. Saúva, samambaia e sapé. O solo era muito ruim, sem fertilidade e ácido. A exploração da madeira, a partir do Pinheiro Araucária, fez a conquista da região, porém as grandes serrarias começaram a fechar por causa do fim das florestas. Tanto que eu fazia levantamentos sobre novas formas de exploração. Havia apenas lavouras de subsistência, em pequenas propriedades. Arroz, milho um pouco de algodão. Em quilômetros e quilômetros de extensão, eram apenas cinco tratores utilizados. Foi quando iniciou um trabalho de correção da acidez do solo. Ao mesmo tempo, começaram a chegar famílias

de gaúchos, catarinenses, paulistas e mineiros. Atraídos pelos projetos de ocupação para vencer na vida. E o processo de mecanização da agricultura decolou, com a introdução da soja e do milho. Cresceu e não parou mais.

**AgroCoopRativas** - Como surgiu a cooperativa?

**José Aroldo Galassini** - Voltando ao planejamento em que eu estava envolvido, fiz um trabalho com um casal de agricultores e o assunto era justamente este. A ideia pegou fogo. O prefeito se entusiasmou e doou um terreno para a nova empreitada. Assim, fundamos a Coamo em novembro de 1970. 79 fundadores, todos agricultores.

**AgroCoopRativas** - E tudo deu certo de cara?

**José Aroldo Galassini** - Não. Era difícil tocar a cooperativa, o negócio começou a esfriar. O primeiro presidente era um madeireiro aposentado que praticamente me obrigou a atuar como Gerente da Coamo. Conversamos e topei, mesmo não recebendo salário. Sai do emprego, mas avisei que precisa continuar a fazer avaliações para o Banco do Brasil, pois só assim poderia manter a minha casa. Eu havia acabado de casar. Começamos a implantar as culturas de soja e milho, comprar sementes, calcário, e então começaram a me pagar um salário. O negócio avançou. Quando o presidente da cooperativa morreu, em 1974, o pessoal me convenceu a assumir o posto, assim que chegasse o dia da eleição. E fui eleito presidente em 1975. Lugar que ocupei até o começo do ano passado.

**AgroCoopRativas** - O senhor imaginava que a Coamo atingisse esse tamanho?

**José Aroldo Galassini** - Nunca. Houve várias tentativas de fundar cooperativas no Paraná, naquela mesma época, e todas deram errado. Mas a gente

conseguiu. Deu muito certo. No ano passado, a Coamo foi o negócio com maior faturamento entre todas as empresas do Paraná. Uma ideia vitoriosa porque foi erguida com honestidade, sinceridade. O cooperativismo é um sistema muito bom, mas não permite a falta desses dois atributos na lida com os produtores. Caso contrário, eles se afastam e a coisa não anda. E na Coamo sempre deu certo. Porque eles acreditaram no propósito.

**AgroCooperativas** - O que conhecia sobre cooperativismo no início?

**José Aroldo Galassini** - Na época, em Brusque ainda, não havia nada sobre o sistema. O que eu levei para Campo Mourão foi muita experiência em trabalhar. Daí, fui ganhando a confiança das pessoas no que fazia por causa de nosso esforço. E contei com a participação ativa dos cooperados para a distribuição dos resultados, criação das indústrias, dos produtos variados. Fazendo negócios de Minas Gerais ao Rio

Grande do Sul. E eles também foram incorporados aos ganhos na área dos produtos acabados.

**AgroCooperativas** - Como surgiu a ideia da Indústria na Coamo?

A primeira foi um moinho, totalmente manual, para fazermos farinha de trigo. Depois, com soja, em Paranaguá. Sempre investindo nos nossos profissionais, na capacitação das equipes. Como digo sobre mim mesmo. As pessoas podem envelhecer, a Coamo não.

**AgroCooperativas** - O senhor também se aventurou como produtor rural desde o início, não?

**José Aroldo Galassini** - Sim. Veja, naquela época, a terra era bem mais barata. Eu tive o meu avô que foi sítante. Eu ganhava por mês um salário equivalente a um alqueire. Assim, consegui algo. Hoje, planto soja, milho e trigo. E também faço Cria, Recria e Engorda com o cruzamento industrial de Aberdeen Angus e Nelo-

re. Na Pecuária, estou ligado à cooperativa de Guarapuava. Até porque a Coamo não cuida de proteína animal. Porém, são atividades que exerço apenas no sábado e domingo. Minha dedicação exclusiva durante a semana inteira é para a Coamo.

**AgroCooperativas** - E qual tipo de liderança procurou imprimir desde o começo?

**José Aroldo Galassini** - Ser honesto com todo mundo e muito dedicado ao trabalho. Chego todo dia às sete da manhã e saio às seis, seis e meia da tarde. Dando exemplo ao associado. Ele precisa confiar na gente, em nossa ética. Na pandemia, vivemos momentos difíceis. De bons resultados, mas com muita atenção aos nossos oito mil funcionários.

**AgroCooperativas** - E as metas de crescimento?

**José Aroldo Galassini** - No ano passado, mesmo com a Covid-19, tivemos



um faturamento de R\$ 20 bilhões. Neste ano, estimamos, inicialmente, um número próximo de R\$ 24 bilhões. Deve reduzir um pouco por causa dos problemas enfrentados com o clima neste ano, com atraso nas chuvas, a seca e a geada. Estamos construindo mais três entrepostos em Mato Grosso do Sul, uma grande fábrica de ração para aproveitar nossa sobra do milho e compramos outro terreno grande perto do terminal marítimo de Itapoá (SC). Agora, é hora de muita atenção nas questões ambientais que cercam essa nova expansão.

**AgroCooperativas** - Como ocorreu a sua saída da presidência executiva?

**José Aroldo Galassini** - Chegou um momento em que eu poderia me aposentar. Porém, fiquei entusiasmado quando resolvemos elaborar um novo sistema de administração. Um Conselho de Administração integrado por produtores cooperadores e uma Diretoria Executiva contratada, com um presidente executi-

vo à frente. Já são quase dois anos e vem funcionando muito bem. Dou expediente como presidente do Conselho da Coamo e também da Credicoamo, a nossa cooperativa de crédito, cujos clientes potenciais são os 29.700 cooperados da Coamo. Mas não é uma cooperativa de crédito aberta, como várias, é dirigida apenas aos associados.

**AgroCooperativas** - Você sempre teve um carinho grande pelo tema do seguro agrícola. Por quê?

**José Aroldo Galassini** - Realmente, sou fã de seguro agrícola. Lembro que não tínhamos garantia para as lavouras, apenas o Proagro (Programa de Garantia da Atividade Agropecuária), do governo federal. Em 1995, quase quebramos com frustração de safra e tivemos que fazer empréstimos com prazo de 20 anos para pagamento. Então resolvemos fazer uma corretora de seguros. Que acabou na administração dos próprios cooperados. Seguro de vida, carro e seguro agrícola, que é o nosso

negócio. Neste ano, tivemos problemas com seca e geada, perdas na soja, no milho e trigo. E boa parte dos cooperados recorreram ao seguro. Com ele, você não ganha dinheiro. Mas não fica endividado. É o segredo da coisa. Para mim, seguro é como um dos insumos agrícolas. É sempre uma segurança.

**AgroCooperativas** - Outra grande marca da Coamo é a distribuição das sobras e a história da 'toalhinha'?

**José Aroldo Galassini** - Verdade. Sempre prezamos a tradição porque ela é um assunto de economia. Nós agimos sempre para crescer, pagando as contas, mantendo o cooperado bem capitalizado. Mas tem que fazer economia sempre. A imagem é da toalha que enxuga o suor do trabalho e fica no ombro. Você tem que enxugar tudo. E torce, torce, torce. Quando não sai mais nada, ficam só umas gotinhas. Elas é que os cooperados querem como sobra. E eles só recebem na atividade em que ele opera. 





### COAMO HISTÓRIA

- # Maior cooperativa da América Latina
- # Sede em Campo Mourão (PR) | Fundada por 79 agricultores em novembro de 1970
- # Fioravante João Ferri – Primeiro presidente eleito
- # 51 anos de atividades
- # Mais de 29 mil cooperados
- # Oito mil colaboradores
- # 4 milhões de hectares de terras cultivadas
- # Comercialização de mais de 5,6 milhões de toneladas de grãos
- # Atua em 67 municípios do Paraná, Santa Catarina e Mato Grosso do Sul



### COAMO ECONOMIA

- # Exporta 11% do total das cooperativas brasileiras
- # Faturamento: R\$ 19,3 bilhões
- # Sobras distribuídas: R\$ 503,2 milhões
- # Exportações: US\$ 1,52 bilhão
- # Exportações: 4,6 milhões de toneladas



### INDÚSTRIA COAMO

- # Duas indústrias de esmagamento de soja: 5 mil toneladas por dia
- # Refinaria de óleo de soja: 660 toneladas por dia
- # Uma fábrica de gordura hidrogenada: 100 toneladas por dia
- # Uma indústria de margarina: 180 toneladas por dia
- # Duas fiações de algodão: 30 toneladas de fio por dia
- # Uma torrefação e moagem de café: 15 toneladas por dia
- # Um moinho de trigo: 200 toneladas por dia
- # Processamento de 1,7 milhão de toneladas de produtos por ano



### MARCAS COAMO

- # Coamo, Primê, Anniela e Sollus
- # Margarinas: Coamo Família, Coamo Extra Cremosa e Coamo Light
- # Creme vegetal: Primê
- # Óleo de soja: Coamo
- # Café: Coamo torrado e moído, Sollus Coamo Premium
- # Farinhas de trigo: Coamo e Anniela
- # Gordura Vegetal: Coamo
- # Linha industrial: gorduras, farinhas, margarinas, farelo e óleo degomado de soja
- # Controle de produção: programas ISO 9000 e BPF/APPCC

### JOSÉ AROLDO GALASSINI

- # Nasceu em Brusque (SC) | 80 anos de idade
- # Um de 12 filhos de uma família de imigrantes italianos
- # Engenheiro agrônomo (UFPR)
- # Segundo presidente eleito da Coamo, em 1975
- # Casado, dois filhos
- # Comandou a cooperativa durante 45 anos

## LINHA DO TEMPO

- 1970:** Nasce a Cooperativa Agropecuária Mourãoense Ltda (COAMO)
- 1972:** Primeiro armazém próprio
- 1974:** Construção dos primeiros entrepostos (Engenheiro Beltrão e Mamborê)
- 1974:** Morre Fioravante João Ferri | Gelindo Stefanuto assume a presidência
- 1975:** Início das operações do moinho de trigo (Campo Mourão), instalação da Fazenda Experimental e da loja de peças
- 1975:** José Aroldo Galassini é eleito Presidente
- 1981:** Início das operações da indústria de esmagamento de soja (Campo Mourão)
- 1986:** Início das operações da fiação de algodão (Campo Mourão)
- 1990:** Início das operações do terminal portuário e indústria de esmagamento de soja (Paranaguá)
- 1996:** Início das operações da refinaria de óleo de soja (Campo Mourão)
- 1999:** Início das operações da hidrogenação (Campo Mourão)
- 2000:** Início das operações da fábrica de margarinas
- 2001:** Início da produção da margarina Primê
- 2007:** Início das operações da indústria de envase de óleo de soja em pet
- 2009:** Início das operações da Fiação de Algodão (Goioerê)
- 2009:** Início das operações da Torrefação e Moagem de Café (Campo Mourão)
- 2010:** Ampliação da Indústria de Esmagamento de Soja (Campo Mourão)
- 2010:** Ampliação da Refinaria de Óleo de Soja (Campo Mourão)
- 2010:** Ampliação do envase de Óleo de Soja Coamo em embalagens pet (Campo Mourão)
- 2012:** Início das operações de produção de fios open end e fios flame (Campo Mourão)
- 2013:** Investimentos em tecnologia na Torrefação de Café
- 2013:** Ampliação da indústria de hidrogenação de gorduras
- 2015:** Início das operações do novo moinho de trigo (Campo Mourão)
- 2017:** Início das obras das indústrias de processamento de soja e refinaria de óleo de soja em Dourados (MS)
- 2019:** Inauguração do complexo industrial em Dourados (MS), com novas indústrias de óleo e refinaria de óleo de soja

# Parceria Capal e OnFarm reduz descarte de leite e melhora rentabilidade

Projeto inicial contava com doze propriedades e hoje já são mais de cinquenta



Redução de 40% nos gastos com intramamário nas propriedades de Arapoti.

**S**essenta anos de história e solidez de mercado são algumas das características da Capal, cooperativa localizada em Arapoti (PR), fundada por um pequeno grupo de produtores holandeses que mantinham o leite como principal atividade econômica. Eles estrearam com a raça Holandesa na região e depois tornaram-se grandes agricultores e produtores de carnes. Segundo Roberto Caldeira, Coordenador de Pecuária Leiteira da Capal, um dos

grandes marcos da cooperativa ocorreu em 2017, com a intercooperação envolvendo Castrolanda e a Frísia, com o lançamento da marca Unium nos segmentos de leite, suínos e trigo. Juntas, mobilizam diariamente 2,7 milhões de litros de leite. “No total, somos 3.200 cooperados, sendo que, no leite, são 700 produtores. Impulsionados pela Unium, construímos três laticínios próprios e, com o excedente de leite, trabalhamos no mercado spot e na prestação de

serviço B2B. Angariamos grandes parceiros devido à qualidade do leite da região e a confiança em nosso trabalho. Nossos produtores se destacam ao nível nacional devido a uma segurança alimentar extremamente forte, boas práticas de produção e preocupação com o ambiente e consumidores”, afirma.

Aliando tradição e inovação - Mesmo mantendo a tradição, a Capal sempre buscou inovações no mercado

que pudessem contribuir ainda mais com a alavancagem do negócio. De acordo com Roberto, a tradição é baseada nos valores da cooperativa, no cumprimento das regras e prazos, atendimento de excelência aos clientes, qualidade do leite e desenvolvimento do cooperado. “Sendo assim, tanto no setor agrícola como pecuário, quando aderimos uma inovação, a intenção é agregar. Uma das soluções que vem contribuindo demais com o nosso negócio são os serviços oferecidos pela OnFarm. A tecnologia não só impacta no bolso dos cooperados, mas também contribui para nos deixar mais seguros, tanto no campo como na indústria. Reduzimos o uso de antibióticos de rotina, passamos a desperdiçar menos leite, economizamos nos tratamentos precoces frente às mastites e focamos em parcerias com empresas cujos protocolos de tratamento de mastite são muito mais assertivos, deixando de lado uma cadeia grande de princípios ativos e focando no que realmente é eficiente para a nossa região. Tínhamos um problema muito grande com o descarte de leite sem necessidade e como passamos a evitar isso, a rentabilidade melhorou consideravelmente”, comenta.

Quando a mastite se manifesta na forma clínica, os principais prejuízos decorrem de gastos com medicamentos, perda de produção de leite da vaca e descarte do leite após o tratamento com antibióticos. Nessas situações, o resultado da cultura microbiológica na fazenda em 24 horas permite realizar o tratamento seletivo dos casos que realmente demandam antibióticos, resultando em inúmeros benefícios. Roberto ainda ressaltou que a OnFarm proporciona suporte aos técnicos da Capal, deixando-os mais confiantes e precisos para atuarem. “Eles passaram a transmitir uma segurança muito forte aos co-

operados”, acrescentou. Na parceria, a Capal acompanha os resultados, realiza protocolos de secagem para os animais e também oferece treinamentos.

Jéssica Quirino, Supervisora de Qualidade do Leite da Capal nos estados do Paraná e São Paulo, acrescenta que a cooperativa não fazia nenhuma cultura dentro da fazenda. “Começamos a atuar com a OnFarm em 2018 e as culturas que fazíamos na época enviamos para laboratórios de outras cidades. Logo, o resultado e a tomada de decisão demoravam”, justifica. O projeto inicial contava com 12 propriedades e hoje já são mais de 50, sendo assistidas diretamente pela assistência técnica em qualidade do leite da cooperativa. Para Jéssica, que atua diariamente junto aos produtores, a mastite é um problema de todas as propriedades e, para os cooperados da Capal, a parceria com a OnFarm foi crucial para a redução na CCS (Contagem de Células Somáticas), entre outras melhorias.

“Nosso principal objetivo em 2018 era trabalhar a mastite subclínica, porém, atualmente, estamos trabalhando com a clínica também. Até abril de 2021, já foram realizadas 9.000 amostras, o que dá maior confiabilidade na tomada de decisão por parte da equipe técnica para prescrições de medicamentos e manejos a serem realizados. Dessas amostras, concluímos que 88% foram de mastites subclínicas e 12% de mastite clínica”, conta. Na sequência, a equipe isolou as amostras que apresentaram resultado negativo, positivo e contaminado nos grupos de animais clínicos e subclínicos. “Todos os animais que apresentaram resultado negativo não foram tratados com antibióticos, ou seja, quando observamos as amostras clínicas, 33% dos animais não foram tratados, seguidos de 37% das

amostras subclínicas. De modo geral, das 9.000 amostras, 40% dos animais não foram tratados com antibiótico, apenas com anti-inflamatório, resultado que surtiu efeito de redução de 40% nos gastos com intramamário nas propriedades de Arapoti”, explicou a supervisora. Ela acrescentou que na Capal eles trabalham com um laboratório coletivo onde os produtores levam as amostras de leite para ser realizada a cultura. “Agora, estamos expandindo ainda mais as fazendas atendidas pela OnFarm e que já estão envolvidas no trabalho de assistência em qualidade há mais de um ano. Elas são focadas no controle da mastite clínica, na redução de custos e na gestão da propriedade”, emenda.

**Agentes causadores de mastite** - Com as amostras, a Capal também fez um levantamento dos principais agentes causadores de mastite, tanto gram-negativos, como gram-positivos. Essa apuração contribuiu para a seleção de tratamentos mais apropriados para os casos de mastite dos cooperados. Como mensagem final, Jéssica comemorou que, além dos litros de leite que deixaram de ser descartados desde iniciada a parceria com a OnFarm, também houve redução importante no uso de antibióticos e nos custos de uma maneira geral. “Ficamos mais sustentáveis, fato que deixou os produtores mais felizes. Vários animais com mastite que antes da OnFarm seriam tratados não necessitavam de medicamentos e outros foram manejados com maior assertividade, o que para nós, se traduz em excelentes conquistas”, conclui. Neste ano, a ideia da Capal é ampliar a cultura na fazenda em propriedades que já se beneficiam com a assistência técnica em qualidade, agregando valor à produção e qualidade do leite dos cooperados. 

# Sementes Castrolanda inicia venda no exterior

Cooperativa fecha parceria comercial com a IASA, companhia paraguaia com mais de 12 anos de experiência no agro



Redução de 40% nos gastos com intramamário nas propriedades de Arapoti.

**A**Sementes Castrolanda iniciou em junho passado uma parceria inédita para a venda de sementes certificadas de soja no Paraguai, a primeira ação de exportação de sementes da história da cooperativa. O trabalho conta com o apoio da Inversiones Agrícolas S.A. (IASA), que ficará responsável pela comercialização das sementes em solo paraguaio, um país com forte potencial agrícola e com um futuro promissor para o agronegócio. “São dois trabalhos pioneiros: o da IASA, fomentando junto aos produtores

as necessidades e vantagens do uso de sementes certificadas, e o nosso, de exportar, juntamente com nosso know-how, as sementes de procedência e de qualidade ao Paraguai”, conta o coordenador da Sementes Castrolanda, Filipe Antonio Oliveira.

A iniciativa partiu da própria IASA, que viu no mercado local a oportunidade de investir no posicionamento de sementes de soja certificadas. A IASA tem 12 anos de atuação no Paraguai, com cinco unidades de re-

## SEMENTES CASTROLANDA

- # Produz e comercializa sementes de soja, feijão, trigo, aveia, azevém e cevada desde 1977
- # Credenciada junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e ao RENASEM
- # Unidades de Beneficiamento de Sementes possuem certificação em Sistema de Gestão da Qualidade

## CASTROLANDA

- # Faturamento de R\$ 4,5 bilhões
- # 1.053 cooperados
- # 3,6 mil colaboradores
- # Unidades de Negócios em Operações (Agrícola, Carnes, Leite, Batata e Administração) e Industrial (carnes, leite e batata)

cepção de grãos e sete escritórios de atendimento ao cliente espalhados pelo país. “A parceria traz um horizonte de oportunidades para os dois lados, pensando no potencial da IASA em território paraguaio e em uma parceria com expectativas enormes de crescimento”, explica o coordenador. Atualmente, os produtores do país estão deixando de lado a multiplicação das sementes por conta própria e investindo no uso de sementes certificadas, o que traz grandes expectativas para o trabalho. 

# Coopavel fecha parceria para projeto de inovação de rede 5G

A Cooperativa Agropecuária de Cascavel (Coopavel) fechou parceria com a Huawei e o Parque Tecnológico de Itaipu (PTI) para projetos de inovação destinados à Agricultura e Pecuária. A parceria vai conectar o agronegócio à tecnologia 5G. A cooperativa informa que será instalada uma moderna antena de transmissão 5G na área do Show Rural Coopavel. “Com a estrutura da rede 5G, clientes e fornecedores da Coopavel, como a indústria de equipamentos e de soluções para o agronegócio, terão a oportunidade de testar e validar diversas tecnologias disruptivas que serão permitidas com a conexão de internet de alta performance”. Serão investidos cerca de R\$ 6 milhões na fase inicial do projeto.



Agro 5G na mira da Coopavel.

## Cooperativa Lar espera 2º semestre positivo



Irineo da Costa Rodrigues, presidente da Lar.

O presidente da Lar Cooperativa Agroindustrial, Irineo da Costa Rodrigues, acredita que a insti-

tuição terá desempenho positivo no segundo semestre, mesmo com as geadas que aconteceram no Estado no fim do primeiro semestre e início do segundo. Ele analisou que o segundo semestre é mais lucrativo para a cooperativa normalmente, mas corre-se o risco de as geadas ocorridas no estado afetarem o desempenho, principalmente por causa da alta do custo de produção de carne de frango. Rodrigues afirmou que a quebra na safrinha deve aumentar muito o custo de produção na produção de carne de frango da cooperativa, já que o milho é o principal insumo da atividade. “Mas não sabemos, ainda, se os preços na

gôndola do supermercado terão espaço para subir muito”, afirmou. O presidente da Lar divulgou também algumas estratégias que a cooperativa vem adotando para diminuir os efeitos da alta de preços do milho por causa das geadas. Uma delas é procurar milho em outros Estados, como Goiás e Mato Grosso, embora seja preciso considerar o valor do ICMS e o frete mais caro. Rodrigues também avalia importar milho de outros países, como Argentina, Estados Unidos e Uruguai. Outra saída é substituir o milho por trigo que, embora seja um produto que não ofereça tanta energia, tem um valor proteico considerável.

# Luiz Lourenço

## Presidente do Conselho de Administração da COCAMAR



Ele é o presidente do Conselho de Administração da Cocamar Cooperativa Agroindustrial, fundada em 27 de março de 1963, em Maringá (PR). Reunindo, inicialmente, um grupo de 46 produtores de café. O objetivo era organizar a produção regional, receber e beneficiar o produto. Com o tempo, a cooperativa diversificou os negócios e cresceu. Hoje, está presente em vários municípios por meio de mais de 80 unidades operacionais espalhadas pelo norte e noroeste do Paraná, oeste paulista e sudoeste do Mato Grosso do Sul. São 15 mil associados que atuam com a produção de soja, milho, trigo, café e laranja.

É uma das personalidades mais influentes do agronegócio brasileiro. Nasceu em Garça (SP) e chegou ao Paraná em 1946. É graduado em Direito e atua como produtor de grãos e laranja. Ocupou a presidência executiva da cooperativa durante 23 anos. Nas últimas décadas, marca sua atuação pelo trabalho em nome do sistema de Integração Lavoura – Pecuária - Floresta (ILPF). “É a oportunidade para que o Brasil se fortaleça ainda mais como provedor de alimentos para o mundo”, prega. Em ritmo frenético, ele faz palestras pelo Brasil inteiro sobre o tema. Acompanhe os

principais pensamentos deste brilhante profissional do Agro Brasil.

“A cooperativa nasceu em plena crise do café, em 1963. Com a saída do governo na questão do gerenciamento dos estoques de café. Havia uma grande quantidade de produto estocado o que inviabilizava o segmento”.

“Eu trabalhava numa multinacional de café e algodão. Na Cocamar, peguei o ‘boom’ da soja, da construção de armazéns. Uma fase muito bonita, nos anos 1970 e 1980. Depois da geada histórica no café, em 1977. Foi uma

situação difícil, a cooperativa quebrou. Resolveram construir uma máquina de algodão e passamos a ganhar algum dinheiro. Sustentamos o café e foi embora. Aí, entrou a soja nos anos 1970. A área cresceu ainda mais. O grão expandiu, junto com o milho, na exploração das terras férteis da região. Indústria de esmagamento de soja, mergulhamos de vez no mercado, iniciamos as exportações e a coisa cresceu, ao lado de outras grandes cooperativas do Paraná. Entrei na cooperativa na área administrativa e fui crescendo. Na área comercial de milho, algodão e fui eleito presidente executivo em 1989”.

“Nasci em Garça (SP) e trabalhei no campo até os 13 anos. Mudei para Maringá, fui trabalhar em frigoríficos, abatedouros, e encontrei uma vaga em uma empresa suíça que atuava com algodão e café. Era muito esforçado, jovem, cheio de energia e, com 25 anos, virei gerente. Mas a empresa fechou, mudou para São Paulo, recebi o convite para ir junto, mas resolvi ficar no norte do Paraná e fui trabalhar na Cocamar”.

“Nossa força é a pequena propriedade. Inclusive no Oeste do estado. Os produtores não tinham o apoio de empresas multinacionais. Mas nós sabíamos lidar com eles, levando assistência, informação, ensinando, tudo com paciência. Foi o nosso sucesso. Fomos muito eficientes. 75% dos nossos associados têm área abaixo de cem hectares. Gente com 200, 300 e 500 hectares é difícil encontrar. O que há é pessoal com mais de uma propriedade. Aí, já é outra coisa. Até hoje, o nosso maior produtor tem dois mil hectares. Poderíamos dizer que seria um ‘sitiantes’ em Mato Grosso. Transformamos nossos milhares de associados em uma única fazenda e operamos no mercado”.

“No cooperativismo, o pequeno produtor tem a melhor semente, o melhor

defensivo. Tem também o trabalho de melhorar o entendimento sobre o mercado. Somos uma empresa social, tratamos todo mundo igual, com um padrão de atendimento. Temos competência de entregar insumos de qualidade. O que combinamos com o produtor rural vai ser cumprido direito. É isso que faz a diferença. E, no fim do ano, ainda tem uma sobrinha e fazemos o rateio”.

“Em 2020, faturamos R\$ 4,6 bilhões e pretendemos atingir R\$ 6 bilhões em 2021. Nosso recebimento cresceu bastante, chegou a 40%. Até por causa das dificuldades que atingiram pequenos comerciantes, cerealistas que não conseguiram honrar compromissos de entrega de insumos. E estamos avançando. Fazendo novos produtos, associação com as lojas da John Deere, arrendando terras para a cana, produzindo fertilizante foliar, criando oportunidades para os produtores crescerem”.

“Operamos duas indústrias de esmagamento de soja, com três mil toneladas por dia. Mais fios de algodão, maionese, ketchup, fios sintéticos. Temos vários negócios. E estamos nas prateleiras dos supermercados. E na área de insumos, firmamos acordo com a Syngenta, operando pontos de venda da indústria. Vendemos máquinas como nunca, o nosso produtor está capitalizado, mesmo com essa crise toda”.

“O agronegócio sempre foi muito odiado. O Brasil tem uma oportunidade fantástica para crescer. Integração de lavouras, recuperando as áreas improdutivas de pecuária. Mudando completamente o horizonte do agro. Investindo na produção de carne e leite bovinos, com frigorífico. A proteína animal é um setor muito importante. Produzimos hoje apenas três arrobas por hectare ao ano. É pouco, uma judiação ao

introduzir a integração, dobramos a produção no inverno com plantio em rodízio. É uma oportunidade imensa. Integração soja, milho e gado. Vai ser um conjunto de coisas que vai trazer produtividade grande, renda, economia girando. Estamos propondo esse trabalho diferente com a integração para o fazendeiro. E ele tem que melhorar a sua área e a sua produção, com gestão e profissionalismo. Ter alimento para o gado e ter animais para nutrir. A integração vai elevar o patamar do pecuarista brasileiro”.

“Na questão da pandemia da Covid-19, todo mundo errou. Falaram em curvas, ondas, vacinas, recuperação, cepas diferentes, confinamento, abertura e ninguém acertou. Muita gente perdeu dinheiro, emprego e renda no Brasil. Porém, a agricultura manteve-se acelerada. E 2022 vai ser outro ótimo período para o segmento. Infelizmente, não é todo mundo que vai poder aproveitar. Logo, cabe a nós trabalhar redobrado. E ajudar a consolidar o ditado: ‘quanto mais eu treino, mais eu tenho sorte’”.

## COCAMAR COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL

# Fundada em 27 de março de 1963, em Maringá (PR)

# 46 fundadores, todos produtores de café

# Mantém 80 unidades operacionais no Norte e Noroeste do Paraná, Oeste paulista e Sudoeste de Mato Grosso do Sul

# Mais de 18 mil associados | Produção de soja, milho, trigo, café e laranja

# Faturamento previsto para 2021: R\$ 6 bilhões

# Coopercitrus comemora 45 anos e cresce 24%

Cooperativa faturou quase R\$ 6 bilhões em 2020



A Cooperativa de Produtores Rurais (Coopercitrus) completou 45 anos em maio passado e firma-se como uma das maiores cooperativas do segmento no Brasil e a maior das regiões Centro-Oeste e Sudeste. A fundação em Bebedouro (SP) ocorreu a partir da unificação de outras duas cooperativas do interior paulista: a Cooperativa Agrária dos Cafeicultores d'Oeste Paulista (Capdo) e a Cooperativa Agropecuária da Zona de Bebedouro (Capezobe). No início, contava com dois mil cooperados, cinco lojas de insumos, uma concessionária Valmet (atual Valtra) e atuava em 55 municípios. Hoje, é uma referência nacional em su-

porte no fornecimento de insumos, defensivos, fertilizantes, sementes, ração animal, produtos para saúde e nutrição animal, máquinas, implementos, tratores, irrigação e demais itens indispensáveis para a produção agropecuária. Também atua no suporte técnico, na prestação de serviços de agricultura de precisão e no apoio à comercialização da produção.

Possui mais de 37 mil cooperados, 180 Unidades de Negócios, entre lojas nos modelos Shopping Rural e Campo Digital, concessionárias de máquinas agrícolas, silos de armazenamento de milho, soja e café, fábrica de ração animal,

postos de combustível e lojas de conveniência, em mais de 60 cidades dos Estados de São Paulo, Minas Gerais e Goiás. Tudo isso com o suporte de mais de 3.200 colaboradores, entre eles mais de 300 técnicos para prestar suporte em campo, nas lojas e em canais digitais.

A estratégia da Coopercitrus é fazer com que os produtores rurais considerem a cooperativa uma extensão de suas propriedades e encontrem nela todas as soluções que precisam para a atividade rural. "Ao longo dos anos, a Coopercitrus compreendeu que não basta ter uma conotação comercial e passou a adotar



Fernando Degobbi, CEO da Coopercitrus.

estratégias para atender plenamente o cooperado, seja ele pequeno, médio ou grande, prestando serviços especializados e diversificando cada vez mais seu trabalho. Em uma metáfora, a Coopercitrus é como uma árvore frondosa. Tem raízes fortes que hoje, sustentam essa grande copa”, afirma o diretor-presidente José Vicente da Silva.

O CEO da Coopercitrus, Fernando Degobbi, acredita que o caminho de sustentabilidade da cooperativa está alicerçado no conceito de crescer junto do cooperado. “Ele está sempre no centro do nosso negócio e a Coopercitrus trabalha para que ele continue crescendo e vencendo os desafios do mercado. Nosso trabalho é encurtar o caminho entre o campo e a tecnologia, disseminar informações e oferecer soluções que otimizam o tempo e aumentem a qualidade da produção, respeitando a região e o perfil de cada cooperado”, analisa. E a visão de futuro para a gestão e sustentabilidade dos negócios também integra a missão da cooperativa. O vice-presidente do Conselho de Administração, Matheus Marino, aponta que a Coopercitrus é hoje uma das poucas com a gestão e o conselho, trabalhando de forma independente, tendo profissionais de alto gabarito no mercado, atuando de maneira estratégica e um conselho administrativo formado, de fato, por produtores rurais que realizam diferentes tipos de atividades agrícolas, que representam o setor. “A Coopercitrus adotou um modelo inovador na gestão, direcionado para a sucessão e longevidade dos negócios. Essa estrutura traz segurança, transparência e confiança ao cooperado. Quando olhamos para o futuro, vemos uma cooperativa em constante crescimento e aprimorando seu nível de atendimento. O objetivo é refinar as estruturas para que ela seja cada vez mais eficiente”, analisa o vice-presidente.

## Coopercitrus cresce 24% e atinge faturamento de R\$ 5,9 bi em 2020

A Coopercitrus registrou o faturamento de R\$ 5,9 bilhões em 2020, um crescimento de 24% em comparação a 2019. O patrimônio líquido totalizou R\$ 1,34 bilhão e o quadro social passou a 37.027 cooperados. A cooperativa cresce em média 20% ao ano, com taxas sucessivas de mais de 10% na última década. No ano passado, marcado pela chegada da pandemia, investiu em tecnologias. Mais de 300 técnicos dando suporte especializado em campo, nas lojas, e em canais digitais. A Coopercitrus Expo Digital, edição virtual da feira de agronegócios, foi uma das ações de expressão que marcaram 2020. Em 15 dias, a feira ultrapassou R\$ 1 bilhão em negócios e recebeu aproximadamente 100 mil visitas, com alcance em mais de 30 países.

A sustentabilidade ganhou evidência entre os pilares estratégicos da Coopercitrus. Por isso, pelo primeiro ano, a cooperativa publicou seu Relatório de Sustentabilidade, seguindo as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), apresentando ações e resultados sustentáveis com objetivo de prestar contas aos cooperados, colaboradores, fornecedores e comunidade. Com foco na longevidade dos negócios, em 2020, a Coopercitrus fortaleceu sua Governança Corporativa, englobando o conjunto de processos e regulamentos visando aumentar o controle da gestão, mitigar riscos e proporcionar segurança e transparência aos cooperados. Entre as iniciativas nessa área, a cooperativa relançou o Código de Conduta Ética, criou o programa de compliance, aprimorou a gestão de riscos, implantou auditoria interna contínua, entre outros mecanismos para garantir a conformidade nas atuações. 

## COOPERCITRUS

- # Crescimento de 24% em 2020 | Faturamento de R\$ 5,9 bilhões
- # 37 mil cooperados | 180 Unidades de Negócios
- # Atuação em mais de 60 cidades de São Paulo, Minas Gerais e Goiás
- # 3.200 colaboradores | Mais de 300 técnicos em campo, nas lojas e em canais digitais
- # Lojas nos modelos Shopping Rural e Campo Digital, concessionárias de máquinas agrícolas, silos de armazenamento de milho, soja e café, fábrica de ração animal, postos de combustível e lojas de conveniência, em 3 estados
- # Fornece insumos, defensivos, fertilizantes, sementes, ração animal, produtos para saúde e nutrição animal, máquinas, implementos, tratores, irrigação, suporte técnico, prestação de serviços de agricultura de precisão e apoio à comercialização da produção.

## HISTÓRIA

- # Sede em Bebedouro (SP)
- # Nasceu da unificação da Cooperativa Agrária dos Cafeicultores d'Oste Paulista (Capdo) e Cooperativa Agropecuária da Zona de Bebedouro (Capezobe)
- # Iniciou com dois mil cooperados, cinco lojas de insumos, uma concessionária Valmet (atual Valtra) e atuando em 55 municípios

## PERFORMANCE

- # Patrimônio líquido: R\$ 1,34 bilhão
- # Crescimento médio anual de 20% ao ano | Mais de 10% na última década
- # Coopercitrus Expo Digital 2020: R\$1 bilhão em negócios | 100 mil visitas e alcance em mais de 30 países

# Cooperativas do Paraná investem R\$ 23 bi até 2025

Após receita recorde de R\$ 115,7 bilhões em 2020, setor prevê alta de 10% a 12% neste ano

Impulsionado pelos segmentos agropecuário, de crédito e de saúde, o faturamento das 217 cooperativas paranaenses cresceu 31,8% em 2020, para o recorde de R\$ 115,7 bilhões, e ajudou o Estado a enfrentar o primeiro impacto da Covid-19 sobre a economia local. A receita foi quase o dobro dos R\$ 60,3 bilhões de 2015, em valores nominais, e para 2021 o setor estima alta de 10% a 12%, para quase R\$ 130 bilhões, apesar dos limites à retomada da economia impostos pelo ritmo lento da vacinação contra a pandemia no primeiro semestre, em todo o país. Os dados são da Organização das Cooperativas do Paraná (Ocepar), que indica ainda uma expansão de 57,3% no lucro de todo o setor - as chamadas "sobras" - em 2020 frente ao ano anterior, para R\$ 5,95 bilhões.

Somente as 59 cooperativas agropecuárias do Paraná faturaram R\$ 100,1 bilhões no ano passado, 37,8% a mais do que em 2019, e ampliaram em 62,5% o resultado líquido, para R\$ 4,21 bilhões. O desempenho deveu-se à safra cheia, à forte demanda internacional pelas commodities agrícolas, sobretudo por parte da China, à alta nos preços das carnes, ao dólar valorizado e consumo doméstico favorecido pelo auxílio emergencial à população de baixa renda. "Foi um ano de conjugação de fatores que dificilmente se repetem", avalia o superintendente da Ocepar, Robson Mafioletti. Em 2021, as premissas não são tão favoráveis, mas ainda assim ele projeta um crescimento

também entre 10% e 12% no faturamento do ramo agropecuário.

Embora neste ano as cotações dos grãos sigam em alta e o câmbio, valorizado, a falta de chuva no verão e as geadas no inverno devem reduzir a produção agrícola do Estado em 6%, para 38,6 milhões de toneladas. Nas culturas de verão (soja e milho, principalmente), a queda deve ser de 9,6%, para 33,5 milhões de toneladas, conforme o Departamento de Economia Rural (Deral), da Secretaria da Agricultura do Estado.

Para 2025, a Ocepar mantém a projeção de R\$ 200 bilhões em faturamento para todo o setor cooperativista. A previsão inclui os segmentos de crédito, que somava 56 organizações ativas e receita de R\$ 7,8 bilhões no ano passado, com alta de 2% sobre 2019, e de saúde, com 37 operações e receitas de R\$ 7 bilhões em 2020, ou 6,7% a mais do que no ano anterior. Além dessas, operam no Estado 65 cooperativas de transporte, infraestrutura, trabalho e consumo.

Segundo Mafioletti, os investimentos planejados pelas cooperativas são o principal vetor de expansão do setor nos próximos anos. Em 2020, somaram R\$ 3,5 bilhões, 61% a mais do que em 2019, e devem chegar perto de R\$ 4 bilhões em 2021. Para o acumulado de 2021 a 2025, o valor pode alcançar cerca de R\$ 23 bilhões em todos os segmentos, estima o executivo.



Norberto Ortigara, Secretário de Agricultura do Paraná.

Outro fator de crescimento é a extensão da base de cooperados em Estados próximos como Santa Catarina, Rio Grande do Sul, São Paulo, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Tocantins e Goiás, além do Paraguai, num movimento que se iniciou há duas décadas e se acentuou nos últimos anos. Segundo a Ocepar, o volume de associados em todos os ramos do setor somou quase 2,5 milhões em 2020, 15% acima de 2019, enquanto o número de funcionários aumentou 9,8%, para 117,9 mil pessoas.

As exportações também contribuem. De 2019 para 2020, os embarques de produtos agroindustriais avançaram de US\$ 3,9 bilhões para quase US\$ 4,5 bilhões e, convertidos pelo câmbio médio de cada ano, corresponderam a R\$ 15,4 bilhões e a R\$ 23,2 bilhões, respectivamente, em valores nominais. Para 2021, a previsão de Mafioletti é de alta de 10% em dólar, o que pelo câmbio médio (até 31 de maio) daria

um total de R\$ 27 bilhões no acumulado do ano.

Para o secretário da Agricultura do Estado, Norberto Ortigara, as cooperativas são essenciais para a economia paranaense pelo papel que cumprem na produção e na geração de emprego e renda. Na opinião dele, o futuro é “altamente promissor” para o setor, especialmente no ramo agropecuário depois que o Paraná obteve, em maio, status de zona livre de aftosa sem vacinação e poderá ter acesso a mercados que pagam mais, como Japão, Coreia do Sul e México.

Entre as cooperativas de crédito, o crescimento deve-se ao foco no associado e ao fato de que, em geral, elas cobram tarifas inferiores às dos bancos comerciais ao mesmo tempo em que dispõem de todo o portfólio de produtos e serviços financeiros e apoiam o desenvolvimento das regiões onde atuam, entende o diretor executivo da Sicredi Campos Gerais, Márcio Zwierewicz. No ano passado, o segmento apurou resultado líquido de R\$ 1,17 bilhão, com alta de 23,1% sobre 2019.

Conforme a Ocepar, as cooperativas de crédito paranaenses encerraram 2020 com 2,25 milhões de associados, 14,6% acima do ano anterior e o equivalente a 90,7% dos cooperados de todos os segmentos, além de operações em praticamente todos os 399 municípios do Paraná. Com forte ligação com o setor agroindustrial, elas foram responsáveis pela liberação de 26,9% do crédito rural concedido no Plano Safra 2019-2020 no Estado, sobre a média de 18,2% em todo o país.

Com sede em Ponta Grossa, a Sicredi Campos Gerais tem 33 agências em 14 municípios do Paraná e do sul de São Paulo. Até o fim de 2022, no entanto, serão inaugurados mais

sete pontos de atendimento em pelo menos duas novas cidades: Campina Grande do Sul (PR) e Peruíbe (SP). “Os bancos reduzem o número de agência e nós aumentamos”, diz Zwierewicz. Segundo o executivo, a cooperativa pretende chegar a

93 mil associados em dezembro. A estimativa é que o volume de recursos administrados alcance R\$ 4,5 bilhões, contra R\$ 3,27 bilhões em 2020, e a carteira de crédito evolua de R\$ 2,12 bilhões para R\$ 3 bilhões no mesmo período. 

## COOP PARANÁ

- # 217 cooperativas | Agro, transporte, infraestrutura, trabalho, crédito, saúde e consumo
- # 2,5 milhões de associados em 2020 | 15% sobre 2019
- # 117,9 mil funcionários em 2020 | + 9,8% sobre 2019
- # Aumento de cooperados em Santa Catarina, Rio Grande do Sul, São Paulo, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Tocantins, Goiás e Paraguai
- # Faturamento de R\$ 115,7 bilhões em 2020
- # Crescimento de 31,8%
- # Receita: dobro dos R\$ 60,3 bilhões de 2015
- # Receita prevista para 2021 de R\$ 130 bilhões 12% sobre 2020
- # Lucro (sobras) previsto para 2021: R\$ 5,95 bilhões Expansão de 57,3% sobre 2020

## COOP AGRO PARANÁ

- # 59 cooperativas
- # Faturamento de R\$ 100,1 bilhões em 2020 | 37,8% sobre 2019
- # Resultado líquido de R\$ 4,21 bilhões
- # Fatores predominantes: safra cheia, demanda internacional pelas commodities agrícolas, alta nos preços das carnes, dólar valorizado e consumo doméstico favorecido pelo auxílio emergencial
- # Crescimento previsto de até 12% no faturamento em 2021

## EXPORTAÇÃO COOP PARANÁ

- # US\$ 4,5 bilhões em 2020
- # Previsão de R\$ 27 bilhões em 2021

## COOP CRÉDITO PARANÁ

- # 2,25 milhões de associados | + 14,6% sobre 2019
- 90,7% dos cooperados de todos os segmentos
- # Operações nos 399 municípios
- # Responsável pela liberação de 26,9% do crédito rural concedido no Plano Safra 2019-2020 no Estado

## COOP PARANÁ 2025

- # Faturamento de R\$ 200 bilhões
- # Investimentos de R\$ 23 bilhões em todos os segmentos

# Digital Agro 2021 apresenta a evolução do setor

Evento destaca a transformação alimentar no mundo e a importância da inovação

Digital Agro: destaque para transformação alimentar e inovação.



**P**alestrantes renomados, que analisaram o atual cenário de desenvolvimento do setor e a expectativa para o atendimento às demandas do planeta. O mercado está com alta expectativa em relação à produção de alimentos no Brasil, que deve crescer 40% em dez anos. As plataformas que amplificam a capacidade produtiva e a relevância das mudanças climáticas. Todas as questões foram destaque durante a Digital Agro 2021, realizada durante quatro dias no início do semestre, uma organização da Frísia Cooperativa Agroindustrial para investir em inovação aos seus cooperados e colaboradores, com apoio técnico da Fundação ABC e do governo do Estado do Paraná.

## O futuro é cada vez mais sustentável

Com a moderação do especialista em gestão Marcelo Prado, o primeiro dia da Digital Agro apresentou a diversificação

do agronegócio e a evolução do setor ao longo das safras. Os palestrantes reforçaram a importância do investimento em tecnologia e inovação para alcançar os patamares esperados pelo mundo no atendimento à produção de alimentos. A temática “Tecnologia para a Produção Sustentável” teve a abertura dos trabalhos por Gustavo Spadotti, engenheiro agrônomo e supervisor da Embrapa Territorial. Spadotti explicou o passado, o presente e o futuro do agro de forma sustentável, com uma linha do tempo da evolução do setor. O passado foi o investimento do governo em buscar soluções para a ampliação da produção; o presente com melhorias em infraestrutura, transporte e eficiência; já o futuro com a elevação da produtividade e a constante busca pela redução do custo pós-porteira.

Em seguida, o diretor-geral da Copel Mercado Livre, Franklin Miguel, com-

partilhou com o público a experiência da companhia na produção de energia sustentável. A Copel é a maior comercializadora de energia do Brasil, País que tem somente 12% de sua matriz sendo fóssil. Mais de 60% é formada por hidrelétrica. Paulo Herrmann, presidente da John Deere Brasil, destacou o ótimo momento do agro, fato sem precedentes, com grande aporte em tecnologia e recursos. Além disso, elogiou os avanços na infraestrutura pelo governo federal, o que está gerando uma redução dos custos em logística. Já Fábio Passos, head da área de Carbon Venture da Bayer na América Latina, destacou o Climate FieldView, plataforma de agricultura digital que auxilia no gerenciamento da safra.

## 40% em dez anos!

A temática “O futuro da gestão no agronegócio” teve a apresentação da InVivo, maior cooperativa da França.

O Diretor de Desenvolvimento de Negócios, Thomas Voisin, explicou que a InVivo tem 192 cooperativas membros e faturamento de US\$6 bilhões por ano. Ele conta que a cooperativa auxilia os produtores em toda a etapa, até o consumidor final. Luis Henrique Penckowski, gerente técnico da Fundação ABC, contou a história da fundação – que tem como mantenedoras as cooperativas Frísia, Castrolanda e Capal – e apresentou as tecnologias sigmaABC e Smart Farming. A primeira é uma plataforma que apresenta ao cooperado todo o sistema de gestão da propriedade, planejamento da safra, clima, manejo integrado de pragas e uma série de ações e possibilidades. Já o Smart Farming é um projeto que visa integrar o sistema de informação de gestão, agricultura de precisão e automação agrícola e robótica. Em seguida, Bernardo Maestrini, pesquisador na Wageningen University and Research, tratou do uso do Big Data na produção de alimentos.

Lucas Marcolin, gerente comercial de produtos digitais da BASF e head de operações comerciais do Xarvio, apresentou a plataforma ao público. O Xarvio é uma tecnologia que oferece recomendações agronômicas por talhão, com algoritmos, para tornar a produção mais eficiente. Já Abdalah Novaes, líder de Climate Corporation da Bayer, destacou mais informações sobre a plataforma Climate FieldView, que se guia pelos pilares inovação, transformação digital e sustentabilidade. A esperada palestra do ex-ministro da Agricultura, Roberto Rodrigues, um dos principais nomes do agronegócio brasileiro, destacou que o mundo espera pelo crescimento do Brasil na produção de alimentos, e que o País certamente alcançará isso, pois tem à disposição mão de obra qualificada, áreas e tecnologia. A expectativa, segundo o De-

partamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA), é que o Brasil cresça 40% na produção de alimentos nos próximos dez anos. Esse crescimento é revertido em riquezas ao País, já que, em 2020, o agro foi responsável por 27% do Produto Interno Bruto nacional. Rodrigues destacou ainda que há a existência do “novo agronegócio”, que consiste na integração da área rural com a urbana, desenvolvimento de novos sistemas integrados de produção e comercialização, novas oportunidades de emprego e o mundo cada vez mais conectado, com o consumidor no centro das decisões.

Os consumidores foram o foco do terceiro dia da Digital Agro, mediada na parte da manhã pelo superintendente da Alegria Foods, Matthias Tigges, e à tarde pelo especialista em tecnologia Alex Foessel. A temática “O futuro dos alimentos” foi iniciada por Geraldo Maia, cofundador da Pink Farms, a maior fazenda vertical urbana da América Latina, localizada em São Paulo. Maia tratou da inovação e como a forma de produzir alimento está sendo transformada. Marco Antonio Trindade, doutor em Tecnologia de Alimentos, apresentou as tendências dos produtos cárneos, com o foco na produção mais saudável.

Ao fim da manhã, foi a vez de Rob Trice, sócio-fundador da Better Food Ventures e The Mixing Bowl. Trice fez uma ampla análise sobre a mudança de alimentação mundial. Ele destacou que há uma democratização da economia, que está deixando “tudo mais rápido, barato e fácil”. Trice destaca também a mudança climática, que gera perdas e oportunidades aos produtores. Por exemplo, há plantação de café no sul da Califórnia, além de, em algumas regiões norte-americanas, ter duas safras ao ano. Entretanto, reforça, se a tem-



Renato Greidanus, diretor Presidente da Frísia.

peratura no mundo chegar a 2 graus, haverá muita perda em produtividade e espécies vegetais e de insetos. Trice afirma que na próxima década o desafio é limitar o aumento da temperatura em 1,5 grau.

### Novas tecnologias

A abertura da temática “AgroInnovation” contou com o especialista em Tecnologia Alex Foessel. A palestra inicial foi de Fabio Teixeira, CEO Hypercubes, empresa fundada no Vale do Silício, na Califórnia. Teixeira disse que a companhia evoluiu, com investimentos em uma agricultura disruptiva, com sustentabilidade comercial e ambiental. O CEO da Hypercubes destacou que haverá uma evolução do agro, inclusive com o trabalho da empresa na produção de alimentos em diversos ambientes. Ele destaca que se deve ter um olhar mais holístico para a agricultura.

Vice-presidente de Estratégia e Inovação do Bremer Bank, Melissa Carmichael fez uma apresentação sobre as iniciativas que realizam eficientes soluções ao agronegócio no mundo. Com isso, os players garantem mais automação, inovação e resultados de alta qualidade. Com a palestra “A fazenda autônoma”, Jonathan Gill apresentou seu case de uma propriedade totalmente informatizada,

do plantio à colheita. O processo deu tão certo que saltou de um para 35 hectares de produção.

Na noite do terceiro dia foi a vez de Michael Horsch, sócio-fundador da HORSCH, fabricante alemã de máquinas agrícolas. Na ocasião, ele destacou o “Green Deal 2050”, grande acordo europeu para, entre outros pontos, neutralizar o CO<sup>2</sup>, reduzir em 50% o uso de insumos químicos e em 20% em fertilizantes químicos. Horsch destacou que a tendência é ocorrer uma economia circular, com durabilidade maior dos produtos e fabricação com itens que podem ser reciclados. O fundador da companhia disse ainda que o Brasil precisa “falar mais, se comunicar melhor com relação à produção de alimentos”, já que o País é referência na produção de alimentos usando produtos biológicos, com menos impacto ao meio ambiente, e não somente químicos. “A agricultura nunca foi tão interessante quanto hoje”, destacou.

### Pecuária

A temática “Pecuária 4.0” fechou a Digital Agro 2021. O assunto é central para a cadeia produtiva nacional e anualmente é tratado pela ExpoFrísia, feira da pecuária leiteira desenvolvida pela Frísia. Mediado por Silvio Bona, da Fundação ABC, a temática contou com a participação de

Carlos Saviani, responsável pelo desenvolvimento e implementação da estratégia global de nutrição animal e sustentabilidade da saúde DSM. Na ocasião, tratou da sustentabilidade no segmento e o impacto na produção de alimentos. Em seguida, Jayme Lima, diretor de Estratégia e Inovação da MSD Saúde Animal no Brasil, fez uma apresentação sobre a importância da inovação no segmento. Ele destaca que inovação é fazer algo diferente que gere um resultado melhor. Nesse sentido, destaca, não é produzir tecnologia, mas, sim, criar valor.

Já o consultor Alexandre Mendonça de Barros, da MB Agro Consultoria, fez uma análise do cenário macro e do agronegócio mundial. Barros destacou que o Produto Interno Bruto global está em franca recuperação, conforme aponta o Banco Mundial, com o crescimento dos Estados Unidos em 2021 chegando a 6,8% e a China, 8,5%, comparado ao ano anterior. O Brasil tende a alcançar 4,5%. Barros afirmou que há muito tempo não via um cenário como o atual para a soja, com estoques baixos, grande demanda e queda da exportação norte-americana. Ao fim, a Digital Agro deste ano tratou das startups e agritech, que estão gerando uma revolução no agro. Francisco Jardim, co-fundador da SP Venture, tratou o que ele citou como a quarta re-

volução agrícola, com oportunidades e ameaças. Em seguida, o Head Comercial da Supercampo, Rafael Gehlen, apresentou o marketplace formado por 12 cooperativas de produção e alcance a 80 mil cooperados no Brasil.

Na mesa redonda da tarde, Fabio Solano, analista de Estratégia e Inovação da Frísia, conversou com as startups Agrimates, Mush, St-One, NeoSilos e Tarvos, que foram as vencedoras do Digital Agro Connection 2020. Também foi realizado o pitch (apresentação das soluções) das startups Getter, Sensix, Ubivis, Agrothings e Agripad, que são as finalistas da edição deste ano da Digital Agro Connection. O debate final do evento contou com a participação de Marcelo Prado, Alexandre Mendonça de Barros e Alex Foessel. 

## FRÍSIA COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL

- # Matriz em Carambé (PR)
- # Em 2025, completa um século de história
- # Cooperativa mais antiga do Paraná e a segunda do Brasil
- # Mantém unidades no Paraná e Tocantins
- # No ano passado, produziu 283 milhões de litros de leite, 832.765 toneladas de grãos e 28.063 toneladas de suínos
- # 895 cooperados e 1.119 colaboradores
- # Planejamento estratégico “Rumo aos 100 Anos” montado sob seis perspectivas: Sustentabilidade, Gestão, Mercado, Pessoas, Financeiro e Cooperados



Só de grãos, a cooperativa colhe 832,7 mil toneladas.



## LINHA DO TEMPO

- 1911:** Primeiras famílias holandesas se estabelecem no Paraná, motivadas pelo plano de colonização estabelecido pela empresa inglesa Brazil Railway Company.
- 1925:** Nasce a primeira iniciativa de criar uma cooperativa de produção no Brasil. A Sociedade Cooperativa Hollandeza de Laticínios. É construída a primeira fábrica de queijos da entidade.
- 1928:** A sociedade dá origem à marca Batavo, em homenagem à região da Batávia, localizada no sul da Holanda.
- 1941:** É fundada a Cooperativa de Laticínios Batavo.
- 1947:** Chegada dos primeiros animais de raça holandesa.
- 1954:** Surge a marca de produtos Batavo.
- 1972:** Começa a revolução do plantio direto nas lavouras dos cooperados
- 1984:** Surge a Fundação ABC, com o apoio das cooperativas Batavo, Capal, Castrolanda e Cooperativa Central de Laticínios do Paraná.
- 2011:** Inaugurada a Central de Processamento de Leite Frísia. Frísia remete a uma província ao norte da Holanda,
- 2015:** A marca Batavo é comprada pelo grupo Lactalis e a cooperativa decide mudar sua denominação social para Frísia Cooperativa Agroindustrial
- 2016:** Inauguração do primeiro entreposto fora do estado de origem, em Tocantins.
- 2017:** Projetos de intercooperação entre Frísia, Castrolanda e Capal no trigo e em suínos, com as marcas Herança Holandesa e Alegria, dão origem à Unium.
- 2020:** Frísia completa 95 anos
- 2025:** Implantação do projeto “Rumo aos 100 Anos”, com foco em Sustentabilidade, Gestão, Mercado, Pessoas, Financeiro e Cooperados



## Cooperativa Holambra lança CRA de R\$ 75 milhões

Certificado de Recebíveis do Agronegócio da companhia é voltado aos cooperados da Holambra e a pessoas físicas em geral

**A** Cooperativa Agro Industrial Holambra, que já ultrapassou a barreira de R\$ 1 bilhão de faturamento em 2021, lançou seu primeiro Certificado de Recebíveis do Agronegócio (CRA), tendo como coordenador exclusivo o banco BV, e a Virgo como securitizadora. A operação, que está buscando certificação verde, é de R\$ 75 milhões.

Para o CEO da Cooperativa Holambra, Shandrus Hohne de Carvalho, o lançamento garante aporte financeiro à cooperativa e uma credibilidade ainda maior perante o mercado, além de possibilitar que cooperados e pessoas físicas em geral se tornem investidores de uma companhia extremamente sólida e em forte crescimento. “O nosso CRA é uma oportunidade de investimento

bastante rentável e muito segura, além de ser isenta de imposto de renda. A possibilidade real é de ganhar muito acima comparando com investimentos tradicionais”, garante Carvalho.

Um detalhe importante e que traz ainda mais relevância à operação é que esse CRA está em processo de obtenção do selo verde, que garan-



Shandrus Hohne de Carvalho - CEO da Cooperativa Agro Industrial Holambra.

te que as práticas de sustentabilidade estão sendo regiadamente levadas à frente pela Cooperativa Holambra, em seus inúmeros projetos. Esse fator revela a atenção da companhia com o conceito das melhores práticas ambientais, sociais e de governança corporativa (ESG em inglês). “Cada vez mais, os negócios que se comprometem com as melhores

práticas de gestão têm uma operação mais sustentável sob variados aspectos, incluindo o econômico, e na gestão de riscos, gerando resultados mais consistentes ao longo do tempo”, comenta Carvalho. Para o diretor do Corporate & Investment Banking do banco BV, Albano Correa, a Cooperativa Holambra teve uma iniciativa inovadora ao apostar no lançamento, pois poucas cooperativas já levaram à frente esse tipo de ação, e o mais importante, cria uma fonte alternativa de captação. “A transação está alinhada com os pilares de ESG do banco BV, que anunciou publicamente o compromisso de financiar ou distribuir por meio do mercado de capitais R\$ 80 bilhões até 2030”. Segundo a responsável pelo mercado de capitais do banco BV, Ana Sertic, as características da emissão, como taxa e prazo, foram adequadas para os investidores.

A Cooperativa Holambra conta com importantes ferramentas tecnológicas, como monitoramento da lavoura por meio de imagens de satélites e uso de algoritmos de Inteligência Artificial da empresa A de Agro. “Já analisamos milhões de hectares, em centenas de milhares de propriedades rurais. Isso possibilita monitorar a evolução da lavoura e fazer um mapeamento com muito mais segurança e sucesso. Conseguimos prever a produtividade da gestão agrícola, com informações territoriais que auxiliam na tomada de decisões estratégicas”, explica Rafael Coelho, CEO da A de Agro. “O investidor que optar pelo CRA da Cooperativa Holambra terá a vantagem de investir em uma companhia que preza pela produtividade, sustentabilidade e também qualidade do produto. Esses itens são a garantia de nosso sucesso e,

consequentemente, do sucesso dos investidores”, finaliza o CEO da Cooperativa Holambra.

### **Cooperativa Agro Industrial Holambra**

Fundada em 1960, a Cooperativa Agro Industrial Holambra tem sua sede localizada no município de Paranapanema (SP) e se destaca pela excelência na produção agropecuária. Com área de atuação no território nacional que soma mais de 70 mil hectares (área) e cerca de 160 cooperados, a cooperativa é referência na produção de grãos em todo o Brasil e possui tecnologia de irrigação e gestão da água em 70% dessa área, produzindo, em média, 90 sacos de soja por hectare na safra de 2020/2021. Em 2020, pela primeira vez em sua história, a cooperativa ultrapassou a marca de R\$ 1 bilhão em vendas líquidas e pretende crescer 30% em 2021.

### **Banco BV**

O banco BV é uma das maiores instituições financeiras do país em ativos e atua nos segmentos de Varejo, Corporate Banking, Investment Banking, Asset Management e Private Banking. O banco é um dos líderes em financiamento de veículos leves usados e, por meio do BV Lab, seu braço de inovação, é um dos principais parceiros das startups. O BV está comprometido com os pilares ESG, contribuindo para o desenvolvimento social e reduzindo o impacto ambiental. O banco compensa sua emissão de carbono e, desde janeiro de 2021, neutraliza a emissão dos veículos que são financiados pela instituição, sua principal linha de negócios. O BV apoia o esporte e patrocina atletas de alto rendimento nas modalidades judô e skate. 🌱

# A vaca mais produtiva da América Latina

17 anos de produção intensa em leite, gordura e proteína



Ronald Rabbers: vaca que produziu 190 mil kg de leite, 6 mil kg de gordura e 5 mil kg de proteína.

O cooperado da Castrolanda, Ronald Rabbers, foi reconhecido pela vaca com maior produtividade de leite da América Latina. O animal alcançou mais de 190 mil kg de leite, 6 mil kg de gordura e 5 mil kg de proteína, resultado histórico acumulado em 10 lactações, no decorrer dos 17 anos de produção da vaca. A certificação foi feita pelo Programa de Análise de Rebanhos Leiteiros do Paraná, vinculado ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e entregue pela Associação Paranaense dos Criadores de Bovinos da Raça Holandesa (APCBRH). Ronald, a mulher Henrieta Rabbers e os filhos receberam a premiação na fazenda da família. O cooperado fala que é uma satisfação receber o prêmio e explica que isso é resultado do esforço da família e fun-

cionários. “Nossa propriedade é como as outras fazendas, trabalhamos com o leite 24 horas por dia, não tem como pular processos, em todo momento precisamos estar presentes. Temos que nivelar nossa produção por cima, para alcançar bons resultados sempre”, explica o bovinocultor.

Em anos anteriores, a vaca já havia recebido outras premiações pelo seu desempenho. Ela vem de uma linhagem de bons resultados, a mãe chegou a produzir mais de 130 mil kg de leite, em cinco lactações. Segundo Ronald, estes devem ser os parâmetros para se alcançar. “Elas representam tudo o que buscamos em nossas vacas: altas produções, excelente conformação e vida produtiva, isso sem perder de vista o

bem-estar animal”, explica. O Presidente da Castrolanda, Willem Berend Bouwman, parabenizou a conquista. “Para ser pecuarista de leite, a pessoa precisa amar o que faz, trabalhar por tantos anos com a qualidade que encontramos aqui na Fazenda Rhoelandt. É uma tarefa árdua. Estes são resultados de muitos anos de dedicação e cuidado com os animais. Como Castrolanda, é um orgulho para nós fazermos parte disso”.

A família Rabbers tem história na pecuária leiteira. A fazenda de Ronald é considerada pela APCBRH uma das mais importantes propriedades que compõem a bacia leiteira. Ronald coleciona títulos como Criador Supremo Nacional, além de já ser reconhecido pela qualidade em genética. 🌱

## COOPERATIVA CASTROLANDA

- # 70 anos de atuação
- # Sede em Castro | Erguida por famílias de imigrantes holandeses
- # Mais de 1.100 cooperados no Paraná e em São Paulo
- # Faturamento de R\$ 4,5 bilhões | 3.700 colaboradores
- # Unidades de operações com grãos, carnes, leite, batata
- # Administração e industrial: carnes, leite e batata.



## O MAIOR PORTFÓLIO COM A MELHOR QUALIDADE!

Produzimos, beneficiamos e comercializamos sementes há 23 anos em todo o Brasil e em diversos países.

Com equipamentos de última geração e equipe altamente qualificada, investimos em parcerias com grandes redes agropecuárias e cooperativas, entregando as **melhores sementes de pastagens** com alto vigor e alto poder de germinação.

Em constante crescimento, possuímos unidades de produção em Campo Grande - MS e Formoso - MG e de comercialização em Campo Grande - MS, Formosa - GO e Montes Claros - MG. Além de uma unidade em Medellín, consolidando nossa participação no mercado Colombiano.

**Plante qualidade e aumente sua lucratividade!**

**COMPROMISSO**  
**QUALIDADE**  
**RESULTADO**

☎ 67 3358-5400  
Campo Grande - MS

☎ 61 3642-1921  
Formosa - MG

☎ 63 99988-5409  
Montes Claros - MG

☎ 33 99885-7961  
Formosa - MG

[www.safrasulsementes.com.br](http://www.safrasulsementes.com.br)



# Cooperativas Agro com R\$10 bi em sobras em 2020

No ano passado, lucros cresceram 74,5% em relação a 2019 e faturamento chegou a R\$ 239 bilhões

Impulsionado pela alta dos preços das commodities agrícolas, o faturamento das cooperativas agropecuárias do país cresceu 30,5% no ano passado, atingindo R\$ 239,2 bilhões. As sobras (lucros) chegaram a R\$ 9,6 bilhões, em alta de 74,5% ante 2019. Os dados fazem parte do Anuário do Cooperativismo Brasileiro, organizado pela Organização das Cooperativas do Brasil (OCB). O presidente do Sistema OCB, Márcio Freitas, lembrou que o primeiro trimestre de 2020 foi marcado por apreensão, já que as cooperativas não sabiam como seriam os comportamentos dos mercados em meio à pandemia da covid-19. Passado esse momento, disse, os grupos decidiram manter seus investimentos, que somam cerca de R\$ 12 bilhões no ano.

Para ganhar eficiência e reduzir custos, muitas cooperativas brasileiras optaram por fusões e incorporações no ano passado, afirmou Freitas. Com isso, o número de grupos de todos os setores caiu 8,4% em relação a 2019, para 4.868. No agronegócio, a queda foi menor: 4%, para 1.173. Segundo Freitas, o movimento é natural e já foi observado em outros países, pois a concentração das atividades em menos cooperativas ajuda a dar escala aos trabalhos. “A Dinamarca já teve quase mil cooperativas de laticínio. No correr de 30 anos, restou apenas uma, mas ela é a maior da Europa e consegue dar respostas melhores do que as menores”, explica. A organização reforça que a queda no número de cooperativas no Brasil não significa uma retração

do setor. Tanto que houve crescimento de 11% no número de cooperados em geral, para 17,2 milhões. No agronegócio, houve alta de 0,9% e a marca de um milhão de associados foi superada. “Por ser um setor mais tradicionalista, as transições no agronegócio são mais lentas. Nas assembleias de cooperativas, vemos uma participação muito grande de jovens, mas o cooperado, a pessoa física associada, ainda é o pai”, afirma.

O cooperativismo rural devolveu R\$ 8,5 bilhões aos cofres públicos em impostos em 2020, valor 30% maior do que o registrado um ano antes. Outros R\$ 7,1 bilhões foram pagos em salários e benefícios aos 223 mil funcionários — aqui também houve avanço: em 2019, o setor gerava 207,2 mil empregos diretos. As cooperativas agropecuárias são divididas em sete segmentos principais, sendo que boa parte dos grupos atua em mais de uma frente. O principal é o de insumos e bens de fornecimento, em que 38% das empresas estão inseridas. Depois vêm produtos não industrializados de origem vegetal (26%), produtos não industrializados de origem animal (11%), produtos industrializados de origem vegetal (10%), produtos industrializados de origem animal (8%), serviços (2%) e escolas técnicas de produção rural (2%).

O trabalho da OCB mostra que Minas Gerais liderou em número geral de cooperativas em 2020 (756). Em número de cooperados do setor agrícola, no entanto, o Rio Grande do Sul está à

frente com folga, concentrando quase um terço do total (mais de 322 mil pessoas). A participação feminina no cooperativismo também está aumentando, segundo o anuário. Mulheres representam 40% dos cooperados, aumento de 2 pontos percentuais em relação ao ano anterior. No setor agropecuário, o percentual cai para 15%.. 

## COOPERATIVAS AGROPECUÁRIAS 2020!

- # Crescimento de 30,5% | Total de R\$ 239,2 bilhões
- # Sobras (lucros) de R\$ 9,6 bilhões | Alta de 74,5%
- # Investimentos de R\$ 12 bilhões

## GERAL

- # Minas Gerais: 756 cooperativas
- # Rio Grande do Sul: 322 mil cooperados
- # Participação feminina no cooperativismo: 40% dos cooperados
- # Participação feminina no setor agropecuário: 15% dos cooperados

## COOPERATIVISMO BRASIL!

- # Número de grupos de todos os setores caiu 8,4% (para 4.868)
- # No Agro queda de 4% (para 1.173)
- # Crescimento de 11% no número de cooperados em geral (para 17,2 milhões)
- # No Agro, alta de 0,9% (para um milhão de associados)

# Cooperativa cria aplicativo de banco de ideias para engajar colaboradores

Gestores podem proporcionar uma maior participação de seus colaboradores e associados



**T**em sido cada vez mais desafiador para as empresas e cooperativas manterem o foco de seus gestores e colaboradores. Por isso, a inovação tem sido cada vez mais difundida nesses ambientes. Focados em melhorar cada vez mais o desempenho tanto de seus colaboradores, quanto da própria cooperativa, a Cooperativa Tríticola de Espumoso LTDA. (Cotriel), do Rio Grande do Sul, já está colocando em prática o que foi absorvido no Programa de Inovação do ISAE Escola de Negócios. De acordo com o assessor de grãos e fomento da cooperativa, Cristiano Corazza, o resultado é surpreendente. “Muitas empresas e gestores se consideram inovadores e acabam não buscando novos conhecimentos e pontos de vista, mas depois de participarmos do curso de agentes da inovação do ISAE, percebemos que há muita coisa que é possível criar e transformar para que a Cotriel este-

ja cada vez mais atualizada e possa atender os associados da melhor maneira possível”, afirma.

O programa, que teve quase nove meses de duração, trouxe novas ideias e auxiliou na criação de projetos dentro da cooperativa. “Não estávamos nem na metade do curso e já começamos a ter ideias diferentes do que vínhamos trabalhando até então”, diz Corazza. “Formamos um comitê que busca discutir a inovação e trazê-la de uma maneira mais organizada para dentro da nossa cooperativa, onde a direção percebeu a necessidade e nos deu carta branca para montar e executar um plano de inovação”, destaca o assessor. Além de implantar novos treinamentos, a Cotriel está finalizando um aplicativo para que todos os colaboradores possam participar dando ideias inovadoras e que possam gerar valor para a cooperativa e seus associados. “Além disso, também estamos programando

workshops para nossos colaboradores e associados. Tudo isso para continuarmos implantando uma cultura de inovação e pensamentos diferentes”, conclui Cristiano Corazza.

**ISAE Coop -** Com mais de 300 cooperativas e mais de 1.500 participantes no Programa de Inovação para o Cooperativismo, o ISAE Escola de Negócios, junto aos Sescoops dos estados brasileiros, tem implementado inovações nas cooperativas do Brasil, bem como os valores da governança, inovação e sustentabilidade. O projeto é pioneiro no país e no mundo e aborda tópicos atuais aplicados à realidade cooperativista, promovendo assim o desenvolvimento de um Programa de Inovação Sistemático e exclusivo da cooperativa ao longo da capacitação. Para saber mais sobre este e demais programas para as cooperativas, basta acessar o link <https://conteudo.isae-brasil.com.br/isaecoop>. 



## Cotrijal e Coagrisol firmam aliança estratégica

Acordo envolve compra de insumos agrícolas e pecuários, otimização da logística e aperfeiçoamento dos processos administrativos e operacionais

**P**otencializar o desempenho de ambas as organizações, mantendo a atuação conjunta em negócios, tecnologias e conhecimento. É com este foco que a Cotrijal, com sede em Não-Me-Toque, e a Coagrisol, de Soledade, firmaram aliança estratégi-

ca de intercooperação, oficializada em evento realizado em Passo Fundo (RS).

Esta parceria vai possibilitar melhores negociações na aquisição de insumos agrícolas e pecuários, otimizar a logística por meio do compartilhamento mú-

tu da capacidade operacional, assim como agregar valor às suas produções agropecuárias, com aperfeiçoamento dos processos administrativos e operacionais. Também compartilhamento de informações, estudos, sistemas e demais ferramentas, a fim de formalizar negócios

José Luiz Leite dos Santos, presidente da Coagrisol, e Nei César Manica, presidente da Cotrijal.



em conjunto. O quadro social de ambas as cooperativas será mantido inalterado. Da mesma forma, esta parceria de negócios garante a manutenção da identidade da Coagrisol e Cotrijal. Cada uma segue com seu planejamento, mas, a partir de agora, vão compartilhar negócios, processos e aprendizados.

José Luiz Leite dos Santos, presidente da Coagrisol, assinala que a estruturação de parcerias e alianças está desenhada no planejamento estratégico da cooperativa, elaborado em 2019. “Estamos muito felizes em formalizar esta aliança que irá garantir impulsionarmos as duas cooperativas, beneficiando tan-

to os cooperados da Coagrisol como da Cotrijal”, garante.

A aliança estratégica de intercooperação teve início em agosto. “Passamos a caminhar juntas em uma série de movimentos, sempre com foco em alavancar o cooperativismo e o agrogócio. Tenha certeza que muitos frutos vão surgir desta promissora parceria”, finaliza o presidente da Coagrisol. Nei César Mânica, presidente da Cotrijal, esclarece que diferentes modelos de parcerias foram estudados e, em comum acordo, se consolidou o modelo de Aliança Estratégica. “São duas cooperativas consolidadas e com um grande potencial. Por isso, estudamos, debatemos com nossos Conselhos e chegamos a esta estruturação”, observa.

Ele acrescenta ainda que este movimento será um case de muito sucesso. “O cooperativismo será fortalecido e, acima de tudo, vamos poder atender melhor os nossos cooperados, clientes e comunidades onde estamos inseridos, qualificando cada vez mais a entrega de nossos negócios”, conclui.

A Cotrijal promove o agro inovador, seguro e sustentável e hoje é a maior cooperativa do Rio Grande do Sul. Em 2020, fechou com faturamento histórico de R\$ 2,4 bilhões, registrando um crescimen-

to médio de 19% nos últimos 5 anos. Fundada em 1957, está presente em 32 municípios do Norte e Nordeste gaúcho, contando com 55 unidades de recebimento de grãos, com mais de 875 mil toneladas de capacidade de armazenamento, além de Unidade de Beneficiamento de Sementes, Fábrica de Rações, Transportes Cotrijal, TRR e um complexo de 21 lojas, nove supermercados e um atacado. Atualmente, são mais de 8 mil associados e 2 mil colaboradores. É a cooperativa promotora da Expodireto Cotrijal, grande feira agrodinâmica e de negócios, de caráter internacional.

A Coagrisol foi fundada em setembro de 1969, está em 28 municípios gaúchos, conta com estruturas próprias e arrendadas para recebimento, secagem e armazenagem de cereais e comercialização de insumos, representada por um complexo de 33 unidades, com capacidade de armazenagem de 315.600 toneladas. Também possui 6 unidades de supermercados, 10 lojas de material de construção, móveis, eletrodomésticos e agropecuárias, três centros de distribuição, uma transportadora com 17 veículos de carga, 3 unidades operacionais, 1 centro administrativo e 1 TRR. Atualmente, são mais de 14,7 mil associados e um quadro de colaboradores com cerca de 500 funcionários. Em 2020, a cooperativa teve faturamento de R\$ 871 milhões. 🌱



Diretoria das duas cooperativas oficializam parceria em Passo Fundo (RS).

# Cooperativismo é cooperação global

As cooperativas fazem sua parte no combate à uma das doenças mais mortais da história da humanidade e ainda seguem acreditando e praticando: a cooperação faz a força!



Marcio Lopes de Freitas, presidente da OCB.

**G**ente cuidando de gente. Nunca essa frase fez tanto sentido quanto agora – um momento em que atitudes simples, como usar máscara, lavar as mãos constantemente e, sempre que possível, manter o distanciamento social, salvam vidas. E é assim, juntos e em cooperação, que vamos vencer essa luta contra a pandemia de covid-19 e seus efeitos negativos na economia global. Sempre digo que as cooperativas não pararam desde o ano passado, quando os governos aqui no Brasil decretaram as ordens de isolamento e até de lockdown, em alguns lugares. Respeitando cuidadosamente todas as orientações sanitárias, as cooperativas se empenharam ao máximo para continuar produzindo, prestando serviços e preservando empregos e postos de trabalho.

Está sendo assim no Brasil e em mais de 100 outros países. É por isso que a Aliança Cooperativa Internacional (ACI)

estabeleceu como tema do Dia Internacional do Cooperativismo o slogan: Juntos reconstruímos melhor. Esse dia especial é celebrado desde 1923, mas foi somente em 1995, ano do centenário da ACI, que a Assembleia Geral das Nações Unidas o proclamou oficialmente como o Dia Internacional do Cooperativismo e estabeleceu sua comemoração anualmente, sempre no primeiro sábado do mês de julho.

Neste ano, o objetivo foi simples: mostrar como as cooperativas de todo o mundo estão enfrentando a crise causada pela covid-19 com solidariedade e resiliência, oferecendo às comunidades uma recuperação centrada nas pessoas e que respeita o meio ambiente. Para nós, cooperativistas, o Dia Internacional do Cooperativismo é a ocasião ideal para demonstrar que o nosso modelo de negócios – centrado nas pessoas, baseado nos valores do movimento, na responsabilidade social e no senso de comunidade – permite reduzir as desigualdades, criar prosperidade comum a todos e responder aos impactos imediatos causados pela pandemia.

E querem saber? As cooperativas estão fazendo muito bem esse dever de casa. Para se ter uma ideia, ao redor do mundo, já há mais de 3 milhões de cooperativas, às quais 12% da população global estão vinculadas, ou seja, uma em cada seis pessoas do planeta já é 'coop'. Ah, e vale destacar que as cooperativas geram 10% de todos os postos formais de

trabalho existentes no globo. Aqui, os números também são expressivos. Mais de 15,5 milhões de brasileiros encontram trabalho nas 5,3 mil cooperativas espalhadas de norte a sul do país. Além disso, essas mesmas cooperativas empregam mais de 425 mil pessoas.

**DIA DE COOPERAR** - E por falar no Brasil, aqui, nós comemoramos o Dia Internacional do Cooperativismo celebrando tudo o que as nossas cooperativas fazem pelas pessoas entre 1º de janeiro e 31 de dezembro, ou seja, o movimento do Dia de Cooperar (Dia C). Para se ter uma ideia, em 2020, mesmo com tantos desafios e obstáculos, mais de 7,8 milhões de pessoas foram beneficiadas com as mais de 2,8 mil iniciativas e ações realizadas por 2.226 cooperativas e seus mais de 137 mil voluntários. Ao todo, 1.383 municípios brasileiros registraram, graças ao Dia C, a força do voluntariado cooperativista.

Vale destacar, ainda, que, do total de ações realizadas apenas em 2020, 2.159 delas tiveram como foco principal o combate à pandemia e aos seus efeitos socioeconômicos. Entre essas iniciativas estiveram a doação de alimentos, materiais médicos, equipamentos, como respiradores, e até dinheiro. Como vemos, as cooperativas fazem sua parte no combate à uma das doenças mais mortais da história da humanidade e ainda seguem acreditando – e praticando – o que ouvimos sempre por aí: a cooperação faz a força!



# FMC valoriza cana-de-açúcar

Campanha 'Onde tem Cana, Tem Energia' vai chegar às principais regiões do País

A FMC, empresa de ciência para agricultura e líder no segmento de cana-de-açúcar, lançou uma nova campanha para mostrar que a cana está presente no nosso dia a dia, gerando diversas fontes de energia sustentável. O lançamento da iniciativa 'Onde tem Cana, Tem Energia' contou com a participação do Diretor Comercial da FMC, Marco Faria; do Gerente de Cultura, Christian Menegatti e do Gerente de Marketing Regional, Vinicius Batista. A empresa destacou a importância histórica e econômica da cana no Brasil, que é o maior produtor mundial, representando 2% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional. A Companhia também reforçou que a cana está entre as culturas mais versáteis do agronegócio, produzindo energia na forma de alimentos, combustíveis e eletricidade, com um papel ambiental fundamental. Da cana, são produzidos açúcar, etanol, biomassa, ração para bovinos, rapadura, aguardente, melado, proteínas, aminoácidos e até plástico ecológico. A FMC vai levar o conceito de 'Onde tem Cana, Tem Energia' para as principais regiões do país, com atividades no campo para fomentar a sustentabilidade e produtividade das lavouras, tours tecnológicos e o Programa Genesis, que combina soluções biológicas e químicas de alta performance.

"Há mais de 10 anos, somos líderes em soluções para a cana-de-açúcar. Estamos presentes em todo o ciclo da cultura e ao lado do produtor. Temos orgulho em ser a principal companhia de proteção de cultivo para cana de açúcar, tendo quase um quarto do

mercado brasileiro de defensivos para a cultura. Mas, a cana-de-açúcar não é apenas um mercado para nós. Sabemos da importância desse setor para o país e queremos valorizar a cultura, mostrando que a cana está presente no nosso dia a dia, gerando energia nas mais diversas formas", destacou o Gerente de Cultura da FMC, Christian Menegatti.

Ele também reforçou que a campanha tem o apoio de entidades, associações e cooperativas. E que a FMC sempre esteve ao lado do produtor rural, com iniciativas como o tradicional 'Clube da Cana', even-

to referência que reúne há mais de 20 anos produtores e especialistas para debater avanços para o setor. A empresa também foi pioneira no desenvolvimento de produtos biológicos para cultura da cana-de-açúcar e possui o melhor e mais inovador conjunto de tecnologias do mercado de defensivos agrícolas. "Seguimos investindo na descoberta de novos ingredientes ativos, formulações de produtos e tecnologias de aplicação. Queremos seguir ao lado do produtor, entregando soluções que sejam essenciais para o desenvolvimento do seu negócio e de toda cadeia produtiva", concluiu. **AR**



Christian Menegatti: "Estamos presentes em todo o ciclo da cultura e ao lado do produtor".

# Malu Nachreiner é Presidente do Grupo Bayer no Brasil

A executiva é líder da divisão agrícola da Bayer no Brasil e passa a comandar o grupo no País



**P**ela primeira vez, uma mulher irá comandar o Grupo Bayer no Brasil. A multinacional alemã de saúde e nutrição anunciou Malu Nachreiner como nova presidente da companhia no país. A executiva terá a missão de consolidar as transformações que a Bayer tem passado nos últimos anos, tendo como foco a colaboração, inovação e sustentabilidade, além de ampliar as sinergias entre as três divisões de negócio da empresa: Cropscience, Consumer Health e Pharmaceuticals. Malu irá manter sua posição como líder da divisão agrícola da companhia, assumindo dupla responsabilidade com a presidência do grupo. “É uma honra e um ótimo desafio receber a missão de

estar à frente da Bayer no Brasil, um dos maiores mercados no mundo em termos de relevância para a Bayer. Ao completar 125 anos no País, a empresa vive um momento muito especial de transformação cultural”, ressalta Malu Nachreiner. “Estamos cada vez mais conectados à sociedade e queremos ser parceiros relevantes na resolução dos grandes desafios do nosso tempo, conectados à nossa visão ‘Saúde para Todos e Fome para Ninguém’. Eu me sinto lisonjeada de liderar uma Bayer cada vez mais inovadora e colaborativa”.

Ela iniciou carreira na empresa há 18 anos como estagiária, já ocupou posições de liderança nas áreas de

Vendas, Marketing e Gerenciamento de Produto, tendo sido, até agosto de 2020, a responsável pela área de Marketing da divisão agrícola para a América Latina. No ano passado, assumiu a posição de líder da divisão Cropscience da Bayer no Brasil. Malu é agrônoma formada pela Esalq/USP (Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz), com MBA Executivo pela Universidade de Pittsburgh. O atual presidente da Bayer no Brasil, o espanhol Marc Reichardt, irá se aposentar, após 36 anos de dedicação à Bayer, nos três últimos como líder do Grupo no Brasil. “Cheguei à liderança com o objetivo de preparar a companhia para uma transformação no modelo de negócios, na construção de um quadro de colaboradores mais amplo e diverso, e na lapidação da visão de futuro da empresa. Malu Nachreiner sempre foi uma grande parceira deste trabalho e estou certo de que fará um excelente trabalho na consolidação de todas as mudanças que estamos vivendo”, afirma Reichardt. **AR**

## BAYER BRASIL

- # Empresa celebra 125 anos de Brasil
- # Presente em mais de 30 cidades, com 6.500 profissionais
- # Maior mercado da Bayer na América Latina

# Sergio Schuler é eleito presidente do GTPS

A nova diretoria gestão assume imediatamente e estende os trabalhos até meados de 2024

**S**ergio Schuler, atual vice-presidente da DSM Produtos Nutricionais, foi eleito novo presidente do GTPS (Grupo de Trabalho da Pecuária Sustentável), a Mesa Brasileira de Pecuária Sustentável. Os principais desafios do novo presidente é desenvolver uma base para remuneração por serviços ambientais, bem como as formas de monetização. Assim como fazer da entidade uma referência nas pautas ligadas à emissão de Gases de Efeito Estufa (GEE), Bem-Estar Animal (BEA) e Rastreabilidade.

Defensor do BEA, Schuler acredita nas boas práticas e no conceito de prevenção, como aplicabilidade da sustentabilidade, e busca em sua trajetória o fortalecimento dos 3P's: Pessoas, Produtividade e Planeta. Schuler é Bioquímico e iniciou sua carreira profissional na Roche, que teve parte das operações compradas pela Bayer. Também foi presidente da Elanco e diretor do Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Saúde Animal (SINDAN).

"Temos como foco uma agenda positiva nacional e internacional. Existem diversas propriedades carbono eficientes, com preservação ambiental e propagação de iniciativas a favor de uma pecuária mais sustentável", sinaliza o presidente ao ressaltar a necessidade de um elo com o consumidor final e apontar a importância de se difundir ferramentas como o Mapa de Iniciativas da Pecuária Sustentável e o Guia de Indicadores da Pecuária Sustentável, ambas desenvolvidas pelo GTPS. Schuler



é representante da categoria de insumos e serviços (nutrição animal). Tradicionalmente, o GTPS busca alternar suas lideranças entre os diferentes elos da cadeia pecuária que formam a entidade: produtores rurais, insumos e serviços, indústria, varejo e restaurantes, sociedade civil, instituições financeiras, ensino e pesquisa.

O produtor rural e presidente do GTPS na última gestão, Caio Penido, agora assume a vice-presidência. "Vamos nos dedicar a uma agenda inclusiva, que atenda tanto o setor produtivo como o da conservação: implantação do Código Florestal, intensificação das pastagens degradadas, valorização do ativo ambiental e regularização racional da fazenda", destaca Penido. "O grande desafio é mobilizar e engajar associados. É importante termos mais representantes de algumas categorias no Grupo, mais indústrias,

supermercados e varejistas, principalmente, uma categoria ajudando a outra, a trazer novos associados para o GTPS", completa.

Aline Camargo Aguiar, representante do Rabobank, na categoria instituição financeira, assume a tesouraria nesta nova gestão. Engenheira ambiental, ela iniciou sua carreira profissional na JBS, atuou na Copersucar na área de sustentabilidade e, neste ano, assumiu a área de risco socioambiental no Rabobank Brasil. "Sustentabilidade é um tema fundamental no banco. Por isso, recebi o forte incentivo para atuar no GTPS. Alinhada com os objetivos e princípios apresentados pelo Sergio e Caio, acredito que temos que nos aprofundar cada vez mais nas pautas ligadas à produção sustentável de proteína". A nova gestão assume imediatamente e estende os trabalhos até meados de 2024. 

A smiling man with a beard, wearing a plaid shirt, stands in a field with several cows in the background. The scene is set in a rural, grassy area under a soft, golden light.

QUANDO  
A INFECCÃO  
APARECE,  
**ACURA**®  
NELES!

SAC  
0800 741 1005  
[vetoquinol.com.br](http://vetoquinol.com.br)



**Fácil manejo  
(dose única:  
antibiótico +  
anti-inflamatório)**



**4 anos  
de validade**



# Associação de antimicrobiano com anti-inflamatório aumenta eficácia de tratamentos contra infecções em bovinos

O surgimento de feridas e até problemas respiratórios em bovinos também causam dor de cabeça nos criadores. Demorar para agir ou escolher tratamentos ineficazes podem representar alto custo para o negócio. Afinal, para cada dia de tratamento, perde-se um dia de produção, em média – seja em ganho de peso ou na produção de leite. O prejuízo é certo. Os pecuaristas devem buscar soluções de ação rápida e eficaz, que minimizam as perdas e potencializam a saúde do rebanho, para que os bovinos alcancem seu máximo potencial produtivo com o Acura® Max.

“Acura® Max é uma solução definitiva para o tratamento de infecções no rebanho. A solução é composta por um anti-inflamatório e um antimicrobiano eficaz em dose única contra bactérias *gram* positivas e *gram* negativas”, afirma Antônio Coutinho, gerente de produtos de animais de produção da Vetoquinol Saúde Animal, uma das 10 maiores indústrias veterinárias do mundo.

Os pecuaristas que conhecem a solução atestam seus bons resultados. “Nós trabalhamos com Acura® Max há mais de três anos para combater infecções, diarreias e problemas de cascos. Temos muito bons resultados. Aqui na região, Acura® Max tem grande procura, já que os clientes estão muito satisfeitos”, afirma Wermeson França Almeida, pecuarista e proprietário da Agropecuária Almeida.

Almeida atua em Buriti do Tocantins (TO), mas em Iaciara (GO) os resultados são semelhantes. “Há três anos, começamos a utilizar Acura® Max em animais com patas machucadas. Hoje, usamos essa solução também contra problemas respiratórios e qualquer tipo de infecção. É um medica-



mento muito bom e muitas vezes conseguimos o resultado esperado com uma só aplicação. Por isso, também é recomendado por nós a outros pecuaristas”, comenta João Pedro Camargo, da Agropecuária XD e gerente de fazenda com 5 mil animais.

No município de Araguaiana (MT), o médico veterinário José Carlos Ereno Júnior, gerente de pecuária do Grupo Valinho, também está satisfeito com a tecnologia da Vetoquinol. “Começamos com o uso de Acura® Max na Fazenda Jacarandá, que tem 16,4 mil animais no sistema de produção, visando tratar as principais enfermidades do confinamento, como problemas respiratórios e de cascos. O produto se mostrou altamente eficiente e com excelente custo-benefício. Nós usamos e recomendamos.”

Como destaca Ereno Jr., “custo” e “benefício” são palavras-chave para quem usa Acura® Max. Afinal, trata-se de um antimicrobiano injetável à base de anti-inflamatório e antibiótico, pronto para uso e amplo espectro de ação do mercado. “Além disso, o medicamento tem quatro anos de validade, o que racionaliza os custos e a mão-de-obra das proprieda-

des, sem deixar de lado a segurança e a eficácia do tratamento”, finaliza o gerente da Vetoquinol.

**VÍDEO** - Vetoquinol completa 10 anos no Brasil: <https://youtu.be/OECpa4y1tKE>

**Sobre a Vetoquinol** - Entre as 10 maiores indústrias de saúde animal do mundo, com presença na União Europeia, Américas e região Ásia-Pacífico. Grupo independente, projeta, desenvolve e comercializa medicamentos veterinários e suplementos, destinados à produção animal (bovinos e suínos), a animais de companhia (cães e gatos) e a equinos. Desde sua fundação, em 1933, a Vetoquinol combina inovação com diversificação geográfica. O crescimento do grupo é impulsionado pelo reforço do seu portfólio de produtos associado a aquisições em mercados de alto potencial de crescimento, como a Clarion Biociências, ocorrida em abril de /2019. A Vetoquinol gera 2.372 empregos e está listada na Euro-next Paris desde 2006 (símbolo: VETO). A Vetoquinol conta com SAC formado por profissionais da área veterinária para auxílio aos clientes. A ligação é gratuita - 0800 741 1005. Site: [www.vetoquinol.com.br](http://www.vetoquinol.com.br) 



**MOSTRA  
DE COMUNICAÇÃO  
AGRO | ABMRA**

**O QUE É BOM  
MERECE REPLAY.  
ACOMPANHE A MOSTRA  
INSIGHTS SOBRE OS  
MELHORES CASES.**

**WEBINARS ESPECIAIS  
DEBATENDO AS GRANDES IDEIAS.**



**CANAL DA ABMRA  
NO YOUTUBE**



**SAVE THE DATE**

**14/12 | 18H30**

**CATEGORIA**

**MEIO IMPRESSO**

# Não basta treinar a equipe. É necessário desenvolver Líderes!

É por meio dos Líderes que as transformações sustentáveis acontecem



É comum observarmos que muitos distribuidores de insumos investem em treinamentos para a equipe, principalmente relacionados a assuntos técnicos, como por exemplo, conhecimento de novos produtos, vendas, gestão de carteira de clientes, análise de crédito, novas práticas e ferramentas agrícolas e administrativas. E isso é muito bom! Também é comum depararmos com equipes desmotivadas, alta rotatividade de colaboradores, bons funcionários indo embora e dificuldade em atrair talentos. Essas são dores que escutamos com frequência. Já parou para refletir o que realmente leva as pessoas a se desmotivarem e pedirem demissão? As pesquisas indicam que os principais motivos são falta

de reconhecimento, gestor que não escuta, clima organizacional rodeado por tensão e medo, estagnação da função, políticas internas ultrapassadas, falta de autonomia e insatisfação com a remuneração. Ou seja, a maioria destes fatores está relacionado à Liderança de Pessoas. Há estudos que comprovam que 70% do engajamento de uma equipe está relacionado à qualidade do seu líder.

Recentemente, ouvimos de um Consultor de Vendas a seguinte fala: “Eu precisava trocar ideias com meu gerente sobre os desafios que venho enfrentando com alguns clientes, sei que ele pode me ajudar e orientar. Porém, ele nunca tem tempo para mim, está sempre ocupado com reuniões. E

quando me liga, é quase sempre para me cobrar a meta e me dar bronca. Não aguento mais, me sinto perdido e estou buscando oportunidade em outra empresa”. Essa é uma dinâmica recorrente quando temos um perfil de chefia técnica e não de líder gestor. Para apoiar essa transformação, trazemos para discussão três relevantes papéis da liderança: Condução da equipe na direção da meta; Manutenção e Fortalecimento da equipe, e Desenvolvimento de pessoas.

## **CONDUÇÃO DA EQUIPE NA DIREÇÃO DA META**

Compreende as atividades de mobilizar as pessoas e formar uma boa equipe, ter clareza do propósito e do objetivo comum a ser alcançado,

alinhar claramente as metas e as responsabilidades de cada membro bem como o acompanhamento dos resultados e o estabelecimento de ações de melhoria contínua para levar a equipe a executar aquilo que precisa ser feito em direção ao objetivo comum a ser alcançado.

### **MANUTENÇÃO E FORTALECIMENTO DA EQUIPE**

É claro que levar o grupo a um determinado resultado não é simples. A caminhada não é uma linha reta, é uma estrada com altos e baixos, com vários obstáculos. São imprevistos que surgem, mudanças de cenário, emoções que afloram. A pandemia do Coronavírus, por exemplo, mexeu muito com as emoções e os sentimentos de todos nós. E a equipe também sente. Sente medo de perder o emprego

se não bater a meta, medo de perder o cliente se insistir no envio da documentação, sensação de impotência, perda de familiares e entes queridos, etc. O Gestor precisa estar atento a isso, observar e se comunicar com a equipe o tempo todo, mostrando estratégias e ajudando a eliminar esses obstáculos, mantendo a equipe motivada, forte e coesa, baseada na confiança e na construção de relacionamentos saudáveis e duradouros.

### **DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS**

Desenvolver, treinar, orientar e incentivar o crescimento de cada pessoa da equipe também é responsabilidade do Líder. Muitas vezes, alguns Gestores pensam que o segundo e terceiro papel são funções do Departamento de Recursos Humanos, mas não

é. O RH tem como função oferecer apoio, suporte, ferramentas aos Líderes, por exemplo, orientar e treinar sobre como conduzir conversas de feedback, conversas de desligamento de profissionais, como conduzir uma situação de conflito na equipe, se necessário pesquisar opções de cursos ou treinamentos específicos para atender as necessidades das equipes e dos Gestores. Mas, cabe ao Líder realizar as ações que criam e sustentam a estrutura de uma equipe. Os Gerentes de Filial, em geral, já foram Consultores de Vendas um dia e foram promovidos. Portanto, tem conhecimentos e experiências que os Consultores de Vendas, principalmente os mais novos, não têm, como por exemplo, formas de abordar cada perfil de cliente, estratégias de vendas, como lidar com as objeções dos

TECNOLOGIAS RECORDISTAS APUCADAS EM MAIS DE **2,5 MILHÕES** DE HECTARES NO BRASIL

**BRANDT**  
Professional Agriculture™

**BRANDT**  
Manni-Plex  
TECHNOLOGY

**BRANDT**  
SmartSystem  
TECHNOLOGY

RECORDE MUNDIAL

**MILHO** 644,6  
DAVID HULA sc/ha

RECORDE MUNDIAL

213,2 **SOJA**  
RANDY DOWDY sc/ha

**BRANDTBASIL.COM**

clientes. Como Gerente, sua missão passa a ser inspirar e desenvolver a equipe de vendas, por isso, precisa estar disponível no dia a dia para dialogar com sua equipe.

Colocar em prática a metodologia de feedback, de maneira construtiva e assertiva, também pode auxiliar no desenvolvimento da equipe. Reconhecer e elogiar o colaborador sempre que ele apresentar um bom trabalho ou comportamento. Chamar para uma conversa individual, quando o trabalho ou comportamento não for condizente com o esperado ou com os valores da empresa, mostrando exemplos do que ele precisa melhorar e ajudando-o a enxergar caminhos do que fazer para melhorar. Como por exemplo, sugerir um curso de storytelling para melhorar a sua capacidade de se comunicar, de se expressar e de negociar com o cliente. Adotando o feedback como um hábito, com certeza a evolução da equipe será percebida rapidamente. Em geral, o que ocorre nos distribuidores é a promoção do Consultor de Vendas a Gerente de Filial devido ao alto faturamento que ele trouxe para o negócio e seu nível de conhecimento técnico. No entanto, essa nova posição exige habilidades de liderança e gestão de pessoas, mas as faculdades, principalmente os cursos de Engenharia, não formam profissionais para serem Líderes, Gestores de Equipe. Cumprir esses papéis demanda do Gestor querer ser Líder por escolha e motivação interna, dedicar sua atenção e tempo para as necessidades e os desafios da equipe, e se dispor a aprender novas habilidades.

Além do conhecimento e das habilidades técnicas, para apresentar alta performance como líder de equipe

os Gestores necessitam ter bem desenvolvidas as habilidades comportamentais, as chamadas soft skills. Destacando alguns exemplos, a inteligência emocional para lidar com momentos de tensão, adversidade e pressão. Reagir no impulso, após um erro do colaborador, por exemplo, quase sempre leva o Gestor a agir de forma inadequada, muitas vezes de forma grosseira e humilhando o colaborador. A comunicação assertiva, que consiste em ser objetivo, direto ao ponto, mas sem ser rude, grosseiro. Uma forma de medir se você está sendo assertivo na comunicação é o retorno que você está tendo dos próprios liderados. Os liderados estão entregando o trabalho conforme as expectativas? Você nota sentimentos positivos e comprometimento neles? Se sim, é sinal de que sua comunicação está sendo assertiva. Se não, essa é uma habilidade a ser trabalhada. Delegar atividades também é muito relevante. Recorrentemente, deparamos com Gestores que não “largam o osso” e ficam preso em atividades operacionais que tomam tempo, por exemplo, análise e aprovação de pagamentos, preencher planilhas e documentos que é responsabilidade da equipe executar, e acabam deixando de lado funções importantes das lideranças, como propor projetos e estratégias de melhoria para o setor que atua, trazer inovações e soluções para ajudar os seus superiores a resolverem os problemas que atingem a empresa.

Concluindo, nota-se que é muito diferente gerenciar e responder pelos nossos resultados individuais do que gerenciar as atividades e responder pelos resultados de uma equipe. Vale lembrar uma fala de Jack Welch, que foi CEO da General Electric por muitos anos. “Antes que você se torne

um líder, o sucesso é seu próprio crescimento. Quando você se torna um líder, sucesso é fazer os outros crescerem”. O crescimento, a sustentabilidade no longo prazo e o sucesso de qualquer negócio dependem diretamente do treinamento e desenvolvimento dos seus Gestores, desde Supervisores, Coordenadores, Gerentes e até Diretores. Temos acompanhado muitos casos de empresas do mercado Agro que já reconheceram a necessidade e estão investindo no desenvolvimento dos seus Líderes, trabalhando a mudança de mentalidade e cultura de liderança, e estão colhendo os frutos: equipe batendo as metas, baixa rotatividade e facilidade para atração de talentos. Sim! É por meio dos Líderes que as transformações sustentáveis acontecem! 

---

Autores:

**Julia Cavalheri Tittoto**

Consultora e Educadora Corporativa, Professora do MBA de Agronegócio da FGV Management.

**Flavia Salmeron**

Diretora de Educação Corporativa da Markestrat Group e especialista em Behavior designer.



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

**Site:** [www.markestrat.com.br](http://www.markestrat.com.br)  
**Tel.:** (16) 3456.5555 / (11) 3034.3316

# Liga i2x

**UM NOVO PATAMAR DE PRODUTIVIDADE PARA SUA  
LAVOURA E UM PRÊMIO EXCLUSIVO PARA VOCÊ.**

**Já imaginou alcançar novos patamares de  
produtividade e concorrer a uma viagem que  
ampliará seus conhecimentos, suas  
experiências e conexões no campo? Faça parte  
do concurso de produtividade da Plataforma  
INTACTA2 XTEND®! Junte-se ao Liga i2x!**

**Entre em contato com um Representante  
de Vendas INTACTA e participe!**

PLATAFORMA  
**INTACTA2**  
XTEND

# Perspectivas para a Safra 2021 | 2022

A safra pode ser excelente, mas há desafios e pontos de atenção para fazer bons negócios



**E**stamos em um momento de início e aceleração da safra verão, as primeiras chuvas de final de setembro e início de outubro caíram,

e os agricultores já estão iniciando o plantio em algumas regiões. Neste momento, é importante trazer aos distribuidores algumas perspectivas para

esta safra verão 2021 | 2022, que traz consigo algumas particularidades interessantes, bem como alguns desafios e pontos de atenção aos distribuidores.

O primeiro ponto relevante é que ainda estamos vivendo restrições em função da pandemia pelo Covid-19, mas já percebemos o início da retomada de algumas atividades presenciais aos poucos, e com isso a possibilidade de reestabelecer vínculos com agricultores e parceiros que ficaram prejudicados durante as duas safras anteriores. Neste sentido, os distribuidores e as suas equipes comerciais precisam voltar a planejar de maneira mais intensa suas ações de campo e o relacionamento presencial com agricultores nesta retomada.

Outro ponto relevante e que merece uma atenção é que em algumas regiões tivemos uma safrinha bastante desafiadora, tivemos secas, geadas, queimadas em algumas regiões e uma pressão de cigarrinha elevada. Isso fez com que alguns agricultores apresentassem dificuldades em produtividade. É verdade que os patamares de preços foram bons, mas o impacto na quebra de produção para alguns agricultores pode ter comprometido a geração de caixa, e precisa ser ponto de atenção e monitoramento por parte dos distribuidores durante a safra verão 21/22.

Estamos vivendo um momento de Dólar ainda alto, ou seja, real desvalorizado, mesmo com curva de juros subindo a cada reunião do Comitê de Política Monetária (Copom), taxa básica de juros saiu de 2% para 6,25% neste momento (outubro de 2021), e algumas previsões indicam chegada a 8,25% até dezembro deste ano. Neste cenário, o câmbio traz dois grandes impactos. O dólar alto ajuda a manter os patamares de preços das commodities em bons níveis para ajudar na lucrativi-

dade do agricultor, porém também contribui para aumento dos insumos agrícolas que possuem suas matérias primas importadas. Além disso, a curva de juros subindo constantemente deve impactar os custos de captação dos distribuidores, seja nas compras a prazo ou nas captações junto às instituições financeiras. Este cenário fará com que o distribuidor precise revisar suas políticas de juros cobrados aos agricultores nas vendas a prazo e principalmente nas renegociações.

Outro ponto impactante nesta safra 21/22 refere-se às restrições nas fontes de matéria prima, provocando falta de produtos e subida geral de preços. Ao longo do ano de 2021, tivemos uma subida generalizada de preços em praticamente todas as linhas de produtos, porém também estamos vendo na ponta alguns distribuidores não se atentar a estes reajustes em seu planejamento comercial e principalmente, na precificação dos produtos. Enfim, temos uma boa perspectiva para a safra 2021/22 em termos de preços e possibilidade de lucratividade para o agricultor, porém alguns pontos que os distribuidores precisam estar atentos para desempenharem bem durante esta safra:

Para manutenção/crescimento do share de mercado, as revendas precisarão crescer mais de 20% em faturamento, pois o impacto da subida de preços fez o mercado crescer mais que esta quantia no geral.

Atenção com relação às compras, principalmente nas compras de repiques que precisarão ser feitas. E terão, muito provavelmente, preços bem mais altos que as aquisições feitas no início do ano de 2021.

Atenção quanto à política de precificação comercial e de juros nas vendas a prazo e renegociações. As taxas estão subindo e ajustes muito provavelmente precisarão ser realizados.

Vamos trabalhar, a safra tem tudo para ser excelente, as chuvas começaram a cair na janela correta, mas precisamos ficar atentos aos desafios e fazer bons negócios. 

---

### **Rodrigo Alvim Afonso**

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



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

**Site:** [www.markestrat.com.br](http://www.markestrat.com.br)  
**Tel.:** (16) 3456.5555 / (11) 3034.3316

# Energia, escassez de insumos e a safra

Os impactos das crises no plantio 2021 - 2022



**N**a economia mundial e brasileira, o que marca é a crise energética mundial, que vem trazendo graves impactos. Visando reverter

a situação e a escassez de carvão mineral, autoridades chinesas estão adotando medidas para intensificar a produção nas principais regiões mi-

neradoras do país, devendo adicionar mais de 100 milhões de toneladas à atual capacidade. Com isso, o governo chinês busca aumentar a oferta de sua

principal fonte, reequilibrando o preço e minimizando os estragos ao setor industrial, decorrentes do racionamento energético. Na Índia, a situação é ainda mais preocupante. O país se encontra com baixos estoques de carvão mineral em suas termoelétricas, que respondem por 70% da geração de energia do país. No entanto, a produção interna é limitada, gerando a necessidade de importação. Especialistas afirmam que a crise pode se estender por até seis meses no país. Consequência das crises nestes países pode ligar um sinal de alerta no mundo todo. O cenário de inflação vem se agravando na economia nacional. A taxa acumulada nos últimos 12 meses atingiu 10,25%, superando os dois dígitos pela primeira vez desde fevereiro de 2016. A energia elétrica e o gás são considerados os grandes vilões dessa história, com aumentos de, respectivamente, 28,8% e 34,67%, no período de setembro de 2020 a setembro de 2021. O Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) em setembro alcançou 1,16%, valor mais elevado para o mês desde 1994, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A intensidade da inflação tem levado o governo a dosar aumentos na taxa Selic, agora em patamares de 6,25%. Segundo o relatório do Banco Central do Brasil (Bacen) de 18 de outubro, a inflação deve fechar 2021 em 8,69% e voltar a patamares mais controlados de 4,18% em 2022. Assim, a Selic deve ser ajustada para controlar esse cenário, projetada em 8,25% no fim deste ano e em 8,75% no próximo. Por sua vez, o PIB deve crescer 5,01% em 2021 e 1,50% em 2022, enquanto que no câmbio espera-se R\$ 5,25 em ambos os fechamentos.

No agro mundial e brasileiro, o Índice de preços de alimentos da Organização das Nações Unidas para a Alimen-

tação e a Agricultura (FAO) atingiu 130 pontos no mês de setembro, alta de 1,2% frente a agosto, alcançando seu maior patamar dos últimos 10 anos. O crescimento no último mês foi impulsionado pelo aumento nos preços dos cereais em 2%, principalmente trigo e arroz; óleos vegetais em 1,7%; e leite em 1,5%. Diversos fatores inferem sobre esse comportamento, como a alta nos preços de petróleo (maior custo de produção e transporte de alimentos); a falta de mão de obra nos períodos de pandemia; a demanda aquecida com a retomada econômica, problemas na oferta, entre outros. Aglomeram-se os problemas. Ainda no cenário internacional, o relatório de outubro do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA), relativo à safra global 2021/2022, estimou um volume de milho 0,1% maior nos EUA este mês, de 381,5 milhões de toneladas (+6,4% na comparação com a safra 2020/2021). A União Europeia também apresentou um acréscimo neste relatório, com uma produção prevista em 66,3 milhões de toneladas (+1,2%); no comparativo com a safra passada, o aumento é de 2,9%. No total, a produção global deve atingir 1.198 milhões de toneladas, 7,4% maior que em 2020/2021. Na China, a produção deve ficar em 273 milhões de toneladas (+4,7%); no Brasil, em 118 milhões de toneladas (+37,2%); e a Argentina deve produzir 53 milhões de toneladas (+6,0%). Não houve alteração para os três países neste mês. Já os estoques globais do cereal foram ampliados para 301,7 milhões de toneladas, contra 297,6 milhões do relatório anterior, e 289,9 milhões da safra 2020/21. Na soja, o USDA ampliou a produção norte-americana em 1,7% neste mês; de 119,04 para 121,06 milhões de toneladas. Os volumes foram mantidos para o Brasil em 144 milhões de toneladas, 5,1% maior que a produção de 2020/2021.

Já a produção da Argentina foi reduzida em 1 milhão de toneladas; de 52 milhões de toneladas (setembro) para 51 milhões neste mês (-1,9%). Com isso, a produção global da oleaginosa deve ficar em 385,1 milhões, 5,4% maior que o da safra 2020/2021. Por fim, os estoques foram estimados em 104,6 milhões de toneladas; alta de 5,8% em comparação com o relatório passado e de 5,4% em relação à safra 2020/2021. Ou seja, já se observa reação na oferta, que pode ser baixista aos preços, a depender do comportamento do consumo.

Em seu primeiro boletim para a safra de grãos 2021/2022, a Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) projeta produção de 288,61 milhões de toneladas, aumento de 14,2% frente ao ciclo passado, em uma área cultivada total de 71,5 milhões de hectares (+3,6%). Na soja, é esperada uma produção de 140,75 milhões de toneladas (+2,5%), considerando uma área semeada de quase 40 milhões de hectares (+2,5%). Por sua vez, no milho verão, devemos produzir 28,33 milhões de toneladas (+14,5%), somando 4,41 milhões de hectares (+1,6%). Finalmente, o volume esperado de pluma de algodão é de 2,68 milhões de toneladas (+13,7%), fruto da área plantada estimada em 1,51 milhão de hectares (+10,2%). O otimismo com relação aos preços segue sendo o grande motivador do aumento da área cultivada.

Na atualização de setembro, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) estimou o Valor Bruto da Produção (VBP) Agropecuária em R\$ 1,103 trilhão, um avanço de 10% em comparação com o registrado em 2020. Desse total, R\$ 746,82 bilhões serão entregues pelas lavouras (67,7%) e outros R\$ 356,71 bilhões pelas cadeias da pecuária (33,3%). Para os

dois segmentos, o crescimento anual será de 12% e 6,1%, respectivamente. As exportações de setembro do agronegócio brasileiro atingiram novo recorde para o mês, US\$ 10,10 bilhões, sendo 21% superior à cifra do mesmo período de 2020, de acordo com estatísticas do Mapa. Esse resultado é atribuído principalmente ao aumento nos preços internacionais das commodities (+27,6%), uma vez que o volume de produto embarcado caiu (-5,1%). Por sua vez, as importações do agronegócio totalizaram US\$ 1,25 bilhão, alta de 19,2%. Assim, o saldo da balança comercial do setor alcançou US\$ 8,85 bilhões em setembro, valor 16,3% maior que o de 2020. No acumulado, o setor já exportou algo próximo a US\$ 94 bilhões neste ano.

Líder na pauta de exportação, o complexo soja foi responsável por vendas de US\$ 3,19 bilhões (+50%), com preços médio do grão superando os US\$ 500/tonelada. Já as carnes consolidaram novo recorde de embarques para o mês, com US\$ 2,21 bilhões (+62,3%), sendo quase US\$ 1,2 bilhão na carne bovina (+77,7%), resultado impressionante mesmo com a suspensão temporária das exportações à China devido a casos isolados de “vacas loucas” atípicas. Na terceira colocação, aparecem os produtos florestais, somando US\$ 1,15 bilhão (+23,8%), também com novo recorde para o mês. Na sequência, o complexo sucroenergético vendeu US\$ 965 milhões (-10,1%) ao mercado externo, com o açúcar respondendo por 87% dessa cifra. Por fim, o setor de cereais, farinhas e preparações comercializou US\$ 624,19 milhões (-43,2%), reflexo da falta de disponibilidade de milho no mercado doméstico com a quebra da safrinha 2020/2021.

De acordo com um levantamento da Frente Parlamentar da Agropecuária

(FPA), a escassez global de containers já gerou um impacto negativo de pelo menos US\$ 1 bilhão sobre as receitas de exportações do agronegócio brasileiro. O setor de café foi o mais prejudicado até então, com impacto estimado em US\$ 500 milhões entre maio e agosto, enquanto aves, suínos e ovos tiveram prejuízos de US\$ 436,9 milhões entre janeiro e julho. Representantes do setor na câmara pedem um plano urgente para escoar as cargas que estão paradas nos portos. Críticas recaem também sobre a concentração no mercado de cargas marítimas, uma vez que as cinco maiores empresas detêm 65% do mercado a nível global. Entre os cenários de seca e geadas que afetaram as culturas agrícolas brasileiras no primeiro semestre, estima-se que as perdas na produção de café superam as 500 mil toneladas, volume suficiente para atender a demanda dos americanos durante quatro meses. Torrefadores e varejistas do mundo todo estão buscando novos fornecedores para atender sua demanda, o que elevou drasticamente os preços. Considerando os últimos 12 meses, o indicador CEPEA saltou 134%, alcançando US\$ 226/saca. Especialistas afirmam que a lacuna de oferta pode permanecer por alguns anos.

A crise energética na China, mencionada no início dessa coluna, traz impactos para o agronegócio brasileiro, visto que o país asiático é um dos maiores fornecedores de insumos para fabricação de defensivos agrícolas. Como muitas indústrias chinesas estão com a produção limitada devido ao racionamento energético, surgem dúvidas quanto a capacidade de abastecimento. Com a oferta restrita, os preços seguem aumentando. O glifosato, por exemplo, já está 233% mais caro que em 2020. Podem ocorrer casos de dificuldade

de abastecimento. Ainda no setor de insumos, as entregas de fertilizantes em 2021 devem alcançar 44 milhões de toneladas, um crescimento de 8% frente às 40,56 milhões de toneladas do ano anterior. O cenário só não é mais favorável devido ao problema global de logística marítima, enfrentado nos últimos meses. Para o segundo semestre de 2021, estima-se que as negociações de fertilizantes já estejam praticamente finalizadas, enquanto que, para o primeiro semestre de 2022, 34% dos insumos demandados já foram negociados. O problema maior se continuar a crise de energia no mundo seria para a segunda-safra e para a safra do hemisfério norte, a ser plantada em abril/maio de 2022. Temos que torcer para produtores não terem um comportamento de corrida às compras visando estoques que podem não ser usados, complicando a vida de outros produtores. Devemos ter muita ação coletiva nestes momentos de escassez.

O Brasil vem se tornando referência no descarte das embalagens dos defensivos agrícolas, graças ao Sistema Campo Limpo, programa gerenciado pelo InpEV (Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias). Atualmente, o agronegócio brasileiro apresenta um índice de cerca de 94% no encaminhamento sustentável das embalagens comercializadas no Brasil. Desde a criação do programa de logística reversa pelo InpEV, em 2002, mais de 630 mil toneladas de embalagens vazias tiveram destinação correta. Além da redução no impacto ambiental, a implementação do programa a nível nacional gerou uma economia de 36 bilhões de mega joules, valor suficiente para abastecer 5,2 milhões de casas por um ano. Além disso, o sistema evitou o lançamento de 823 mil toneladas de CO2

equivalente na atmosfera, o mesmo que 1,8 milhão de barris de petróleo.

A Cocamar Cooperativa Agroindustrial, sediada em Maringá (PR), deve inaugurar em dezembro a sua planta de produção de biodiesel. A unidade, que contou com R\$ 40 milhões de investimentos e integra o plano estratégico da companhia, terá capacidade para moagem de 1.500 toneladas de soja por dia, produzindo diariamente até 300 toneladas do biocombustível. Outra unidade produtora de biodiesel deve ser construída em Tomé-Açu, no estado do Pará, e foi anunciada recentemente pela empresa gaúcha Oleoplan. A planta vai contar com R\$ 148 milhões em investimentos e, quando em funcionamento, deve gerar mais de 50 vagas de emprego no município.

Dados do Relatório Global do Estado da Economia Islâmica indicam que o Brasil é o maior exportador de produtos halal do mundo, totalizando receita de US\$ 16,2 bilhões. Essa categoria de produtos atende necessidades específicas para os muçulmanos, ancoradas no código da lei islâmica. Além disso, já existem 1,9 bilhão de consumidores muçulmanos e estima-se que devam atingir um terço da população global até 2060. É um mercado que precisamos ficar de olho. Para a pecuária, apesar das exportações terem aumentado, os preços da arroba caíram, principalmente pela redução de abatimentos com a incerteza de como serão os próximos meses. É uma situação que precisaria ser de momento, para não atrapalhar a recuperação do setor.

Esta nova fase de escassez de energia e insumos no mundo deve trazer impactos positivos para empresas de produtos alternativos (energia, biológicos, etc.); empresas que permitam economia no uso de recursos (efici-

ência de aplicação, gestão por metro quadrado), empresas que potencializem o compartilhamento de ativos (mecanismos que facilitem encontros de ofertantes com estoques e compradores precisando), entre outras. E ao Governo, três ações imediatas: redução do ICMS sobre combustíveis (com o grande aumento de preços e aumento do consumo, a arrecadação ficou maior para os Estados, daria para fazer um alívio temporário), buscar entendimento político entre os 3 poderes face a esta crise mundial, para diminuir os problemas das variáveis sob nosso controle, e acalmar os mercados e despejar dólares no mercado para trazer o câmbio para uma posição de maior equilíbrio e tentar controlar a inflação.

Para concluir a nossa análise geral do agro, os preços dos principais produtos no fechamento desta coluna eram: a soja para entrega em cooperativa de São Paulo estava em R\$ 165,50/sc e R\$ 150/sc para fevereiro de 2022. Há um ano, estava em R\$ 147/sc. No milho, a cotação atual está em R\$ 88,00/sc e a entrega em maio de 2022 fechou em R\$ 86/sc (B3). Há um ano, estava em R\$ 64/sc. O algodão fechou em R\$ 194/arroba e estava em R\$ 108/arroba há um ano; e o boi gordo em R\$ 270/arroba, sensivelmente abaixo do mês passado.

### **OS CINCO FATOS DO AGRO PARA ACOMPANHAR NO FIM DE 2021 SÃO:**

Torcer pela velocidade de plantio da primeira safra, visando principalmente ajudar a segunda para que esta saia mais do período de seca.

Os impactos das restrições de exportação de carne bovina, que derrubaram a arroba, torcendo para a rápida abertura da China, que vem dando trabalho.

A grave situação mundial de crise

energética (escassez de carvão, preços do petróleo, do gás natural e outros). Acompanhar dia a dia o que acontece na China, Índia e em outros produtores de químicos e fertilizantes para entendermos o que serão os próximos meses.

### **A ATUAÇÃO DO GOVERNO EM RELAÇÃO AO CÂMBIO**

A finalização da safra americana em outubro/novembro. Acompanhar os números finais da safra americana. E as expectativas de plantios e produtividades da safra do hemisfério sul, principalmente o Brasil.

AR

---

#### **Marcos Fava Neves**

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



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

**Site:** [www.markestrat.com.br](http://www.markestrat.com.br)  
**Tel.:** (16) 3456.5555 / (11) 3034.3316

# Conexão Andav e o Distribuidor

Entidade comemora 31 anos e fecha série 'Conexão Andav' informando o distribuidor brasileiro



**D**ia 18 de outubro. Dia Nacional do Distribuidor de Insumos Agrícolas e Veterinários. Uma das conquistas mais representativas da Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas (Andav), que comemorou 31 anos de atividades exatamente na mesma data. E foi para celebrar que a entidade promoveu uma edição especial do 'Conexão Andav', a terceira de uma série de eventos digitais realizados ao longo de 2021. Que já debateu a participação das mulheres na Distribuição e os Produtos Veterinários. O encontro final reuniu especialistas para compartilhar experiências e atualidades em um debate sobre o futuro do setor frente às constantes mudanças no Brasil e no mundo. Sob a batuta da jornalista Lilian Munhoz. E

foi aberto pelo Presidente do Conselho Diretor da ANDAV, Alberto Yoshida, presidente do Conselho Diretor da ANDAV, que lembrou da data festiva e destacou o atual corpo de afiliados, que chega a dois mil distribuidores. "Gostaria de agradecer a todos, pois o mandato da atual diretoria está chegando ao fim. Quero agradecer aos conselheiros da entidade. Foi uma gestão produtiva e que só teve sentido pela presença de vocês, do Executivo Paulo Tibúrcio e do público do segmento. Modernizamos a sede da entidade em Campinas (SP), fizemos a transição do Presidente Executivo Henrique Mazotini, contratamos novos parceiros para as demandas e investimos em esforços na representatividade e apoiando políticas e diretrizes da nova Distribuição. Estamos

mais presentes e conectados. E firmamos cadeira e presença em diversas entidades e órgãos do Governo, como Abag, Sindiveg, Mapa, CropLife, Abpa, entre outros", afirmou Yoshida.

O primeiro painel debateu o tema "Distribuição de Insumos Agropecuários: da conformidade a excelência". E mergulhou fundo nas especificidades do trabalho da revenda brasileira. "A comercialização de produtos agropecuários segue regras rígidas, legais, detalhadas e que mudam ao longo do tempo. No uso, consumo, comércio e armazenamento dos defensivos. Normas de inúmeras entidades, como Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT). Autoridades como Ministé-



## Estamos cada vez mais presentes e conectados aos milhares de distribuidores. E firmamos cadeira e presença em diversas entidades e órgãos do Governo, no país inteiro, em todas as esferas”.

**Alberto Yoshida,**  
Presidente do Conselho Diretor da ANDAV

rio da Fazenda, Corpo de Bombeiros, Prefeituras municipais. E ainda co-responsabilidade na devolução das embalagens vazias, realizada pelo produtor, mas com orientação e participação das revendas e dos fabricantes. São dezenas de registros, relatórios, informe. A categoria precisa de treinamento permanente, profissionalização, informação de qualidade para atuar sem sofrer problemas”, orientou a Coordenadora Jurídica da Andav, Isabelle Brentegani.

Um pensamento compartilhado pelo Coordenador Técnico e de Educação da Andav, Antonio Luiz Neto Neto. “O responsável técnico da revenda, por exemplo, é um profissional extremamente importante porque centraliza as obrigações e ações das operações legais, comerciais e de marketing. Os associados precisam entender que há muita legislação e o ideal é contar com um profissional destacado para isso. Materializando-se dentro da atividade dos insumos”, destacou. “O mundo está cada vez mais complexo. É uma realidade a ser enfrentada por quem está no nosso setor”, enfatizou o executivo de Relações Institucionais da Andav, Geraldo Mafra. “Porém, é bom entender que gestão de riscos traz mais controle a uma associação, empresa, um negócio. O seguro agrícola é assim. E fluxo de caixa é isso também. Outro aspecto é o planejamento tributário, que é fundamental para as empresas. O crédito tem bastante, mas o que importa é o custo do dinheiro. A Andav fez parceria com o Banco do Brasil e o associado tornou-se um correspondente bancário, ajudando os clientes, facilitando a aprovação dos empréstimos. E isso é fundamental para quem tem armazenagem e financia o produtor rural”, completou Mafra.

O debate avançou nos cuidados inerentes à atividade. “O distribuidor

precisa estar o tempo todo atento às mudanças e municiar a equipe de informações e ferramentas para realizar as ações com responsabilidade e dentro da lei. E mais. Investir na informação do seu cliente. E também na estrutura de custos. Ter um compliance tributário, fazendo tudo dentro da legislação. A fiscalização está cada vez mais moderna em recursos, equipamentos e coleta de dados. E os distribuidores precisam estar alinhados com essa tendência. No caso de não terem muito recursos próprios, podem contar com o apoio da Andav e as parcerias que a entidade propicia para a segurança do empresário do segmento”, recomendou Isabelle. “Trabalhamos com produtos tóxicos e isso é uma realidade. E a fiscalização deve ser vista como sinal de excelência para o nosso negócio. Tanto que existem fiscais que multam várias revendas e indagam o proprietário se ele não é filiado à ANDAV. Sem falar que, cada vez mais, o consumidor vai ditar as regras. No Brasil e no mundo inteiro. O que exige vigilância especial do distribuidor.

Além de investimentos em digitalização, sucessão, qualidade da produção”, reiterou Antonio Luiz.

E se o empreendedor do setor precisar de apoio, pode contar com a Andav. “Procuramos dispor inúmeras facilidades para o distribuidor usar no seu dia a dia. Em crédito, seguro, parcerias, melhorar processos, mitigar os riscos. O mercado vai pedir mais e mais por serviços de excelência da revenda. Sem falar na rastreabilidade, que é ponto chave nesta questão. A distribuição está mergulhada nesses desafios porque acompanha a jornada inteira do cliente-produtor, do financiamento da safra à colheita dos produtos”, esclareceu o Diretor Executivo da Andav, José Carlos Grando. Parceria bem-vinda e que foi testada durante a pandemia. “A Covid-19 foi um desafio incomparável para o trabalho das distribuidoras e da Andav. Exigiu uma parceria muito sólida entre todos os atores da cadeia. E fomos vitoriosos nessa empreitada”, sintetizou Geraldo Mafra.



Conexão Andav - Painel "Distribuição de Insumos Agropecuários - Da conformidade à excelência".

Na sequência, o Conexão Andav entrou com tudo no mundo e nos dados do Agronegócio brasileiro e internacional. O Diretor da Cogo Consultoria de Agronegócios, Carlos Cogo, apresentou as projeções e os desafios sobre o cenário do Agro no planeta. Para ele, não vivemos uma nova explosão do ciclo das commodity no mundo, como muitos gostam de falar, mas sim, um cenário de alta forte nos preços dos alimentos desde o início da pandemia. "E neste ano tudo está sendo apimentado por alta de juros, explosão no preço do petróleo, crise de energia, problemas com containers e complicações na logística da retomada do comércio mundial, com o avanço da vacinação contra a Covid-19. E em nosso país o caldeirão ainda é salpicado de câmbio nervoso, guerra entre o governo federal, a mídia e a oposição", adicionou. O especialista fez questão de apontar que o Brasil é o quarto maior produtor mundial de alimentos falando em volume. Atrás dos Estados Unidos, da China e Índia. E que somos o terceiro maior exportador do planeta, ainda tratando de volumes. "Mas, quando tratamos do balanço entre exportação e importação, recentemente, assumimos a liderança em vendas externas líquidas, à frente de todo mundo. E seguimos bem na safra 2021 – 2022, sendo campeões

de produtividade em soja, milho, cana, açúcar, celulose, algodão, carnes, madeira, café, etc. Com a China firmando-se ainda mais como grande parceiro comercial", ratificou.

Mas corremos riscos por causa do fornecimento de produtos básicos, como os fertilizantes, pois somos dependentes dos asiáticos, africanos e russos. Em mais de 50%. São mercadorias que ficaram mais caras. E com pressão de oferta. "É importante salientar que produzir está caro e vai continuar assim. Mas, ao mesmo tempo, a produção está valendo mais no mundo. É uma questão de controlar de perto a margem e acompanhar a sustentação dos preços internacionais para 2022 e 2023. Outro aspecto é a intensa urbanização de populações, com expansão contínua da classe média global. Comemos menos tubérculos, arroz e feijão. E mais lácteos, pescados, proteínas animais, frutas, vegetais, milho e soja", informou Cogo. O especialista também frisou que o Brasil vai aumentar a produção e exportação de carnes de frango e suíno. Assim como de carne bovina, graças ao aumento das áreas livres de Febre Aftosa sem vacinação. Além do leite, com expansão em vários estados, muita tecnologia aplica-

da, intensa concentração, mais leite por vaca. "Nosso país, certamente, ainda vai avançar dentro do Agro. E precisa. Crescer a área irrigada, investir em armazenagem, safras chegando a 300 milhões de toneladas, intensa transferência de transporte das rodovias para os rios e ferrovias, o que vai baratear o nosso frete. A vantagem do frete americano sobre o Norte de Mato Grosso simplesmente desapareceu nos últimos cinco anos. Também há desafios novos e tradicionais. Temos que produzir mais com menos emissões, breicar o desmatamento, adotar rastreabilidade em massa, discutir acordos multilaterais e bilaterais, avançar sobre as áreas abandonadas de pastagens e cultivar a forragem com adensamento de cabeças por hectare. Mas o mundo pode ficar tranquilo por seguiremos na liderança dos alimentos sabendo que o nosso agricultor brasileiro não tem o menor interesse em destruir os biomas", concluiu Carlos Cogo.

Depois dos números, foi a vez de ouvir o tarimbado Diretor e fundador do Markestrat Group, Matheus Cónsoli, que apresentou a palestra 'Consolidação: um paralelo entre governança e tendências de mercado'. Ele iniciou destacando os pontos-chaves da distribuição de insumos. Consolidação em químicos, sementes, fertilizantes e nutrição, este último recentemente. E a China sendo grande cliente de nossos grãos. Segmento com inúmeras ações. Franquias, grupos, associações, fundos, vendas próprias, etc. Várias formas de acesso para os produtores. E para as cooperativas também. Com modelos muito semelhantes aos distribuidores. "Elas estão quebrando a barreira que dividia Goiás do sul do Brasil. E o agricultor é o foco de todos. Logo, a produção de grãos passa a ser item fundamental



## “A distribuição está mergulhada nos desafios do produtor porque acompanha a jornada inteira do cliente, do financiamento da safra à colheita”.

**José Carlos Grandó,**  
Diretor Executivo da ANDAV

para esses comercializadores. Com margem e atuação no mercado de grãos, consequentemente”, apontou. Para ele, um tema lateral são os novos serviços e as transformações digitais. Assim como a sustentabilidade total. São tarefas urgentes do distribuidor nacional ou internacional que atua dentro do Brasil.

Também vai haver uma intensa movimentação no crédito. Com propostas bem mais robustas. Bancos, fintech's, agentes privados, empresas, etc. Mas é necessários mostrar governança. E participação total do distribuidor, que se torna um agente maior. CÔnsoli ainda também falou sobre uma 'mensagem silenciosa'. “As startups buscam o agrônomo independente como agente de contato com os produtores. E esses profissionais estão atendendo a fazenda com inúmeras ferramentas digitais. Estão potencializando o acesso da informação ao produtor. O distribuidor precisa olhar para isso. Já que é uma influência que concorre com a tradicional recomendação dada pelo distribuidor. E esse agrônomo vai atuar como ponte importante com as indústrias, como rede de contato produtiva”, alertou.

Além disso, o distribuidor tem lacunas a preencher atualmente, para se comunicar com o cliente e criar novas formas de interação. Complementar ao que já faz. “Interação, troca de informação, CRM, contato digital. Tudo para oferecer mais serviços, aumentar a quantidade de insumos que a revenda comercializa com a fazenda. E fazer transação digital com a fazenda. Cada um cumprindo a tarefa de acordo com seu modelo. O importante é ter visão de que as margens do distribuidor estão muito curtas. Já foi de 25% e está desabando. O faturamento é grande, mas a margem líquida não passa de

4%. E muita gente está abaixo disso. A estrutura de custos precisa ganhar eficiência operacional, principalmente quando abre novas lojas. É a próxima onda de distribuidores e cooperativas. Ganhos de escala e expertise operacional e competitiva nas principais regiões do Brasil”, aconselhou.

Matheus explicou que há necessidade de revisão de vários modelos. “O retorno sobre o patrimônio ainda é alto porque o patrimônio é, essencialmente, de terceiros. Precisamos usar o digital, centralizar o fluxo de operações, estoque e lojas, novas formas de captar recursos, a custos menores, agregando margem financeira e compras de insumos. Modelos operacionais andando ao lado dos modelos financeiros. É urgente alterarmos o modelo de atendimento ao agricultor. Segmentar a carteira de clientes. Customizar o atendimento. Adaptando o número de clientes da distribuidora. Ter oferta de benefícios para grupos de clientes. Com condições de pagamento ligadas ao perfil do cliente. Muitas vezes, dar descontos aos clientes que têm mais riscos é um bom negócio”, indicou. E

afirmou que a automação e inteligência de dados, alinhada a sistematização de processos e capacitação de equipes, será fator crítico de sucesso. “E a palavra chave é fidelidade. Ela define o bom e duradouro relacionamento. Lógica na linha de produtos. O resultado só melhora com mix maior e interação mais longa. Essa revolução exige governança”, cravou.



José Carlos Grandó: “O mercado vai pedir mais e mais por serviços de excelência da revenda”.



“O mundo pode ficar tranquilo porque seguiremos na liderança dos alimentos sabendo que o nosso agricultor brasileiro não tem o menor interesse em destruir os biomas”.

**Carlos Cogo,**  
Diretor da Cogo Consultoria de Agronegócios

Matheus Cònsoli terminou sua participação examinando as questões econômicas das empresas de distribuição. “O cenário é de grandes empresas atuando nas regiões ao lado de pequenas. As cooperativas serão relevantes nas porções mais ao norte do Brasil. Com profunda fragmentação dos pontos de vendas, trades financeiras envolvidas com a distribuição, mudanças nos serviços, antigos e novos. O acesso ao produtor será realizado com mais informação e relacionamento. Será uma corrida por dados, inteligência, verticalização aumentando, diversificando operações de distribuidores e grandes cooperativas. Será uma nova distribuição, mais transparente, com sustentabilidade, operações internas, código de conduta, regras de ética, segurança e sustentabilidade dos negócios. Distribuição com pilares fortes. Preparada para as mudanças que não param.

O encerramento da terceira e última ‘Conexão Andav’ em 2021 coube à professora associada à Fundação Dom Cabral, Izabela Mioto, que promoveu uma reflexão sobre ‘Pessoas e Cultura

Organizacional’ adaptada ao segmento da comercialização de insumos agrícolas e veterinários”. “As empresas, sejam quais forem, têm que construir uma cultura própria, que afaste o medo, a desconfiança. O ambiente ruim causa prejuízo. Equipes de sucesso têm em comum a segurança psicológica, con-

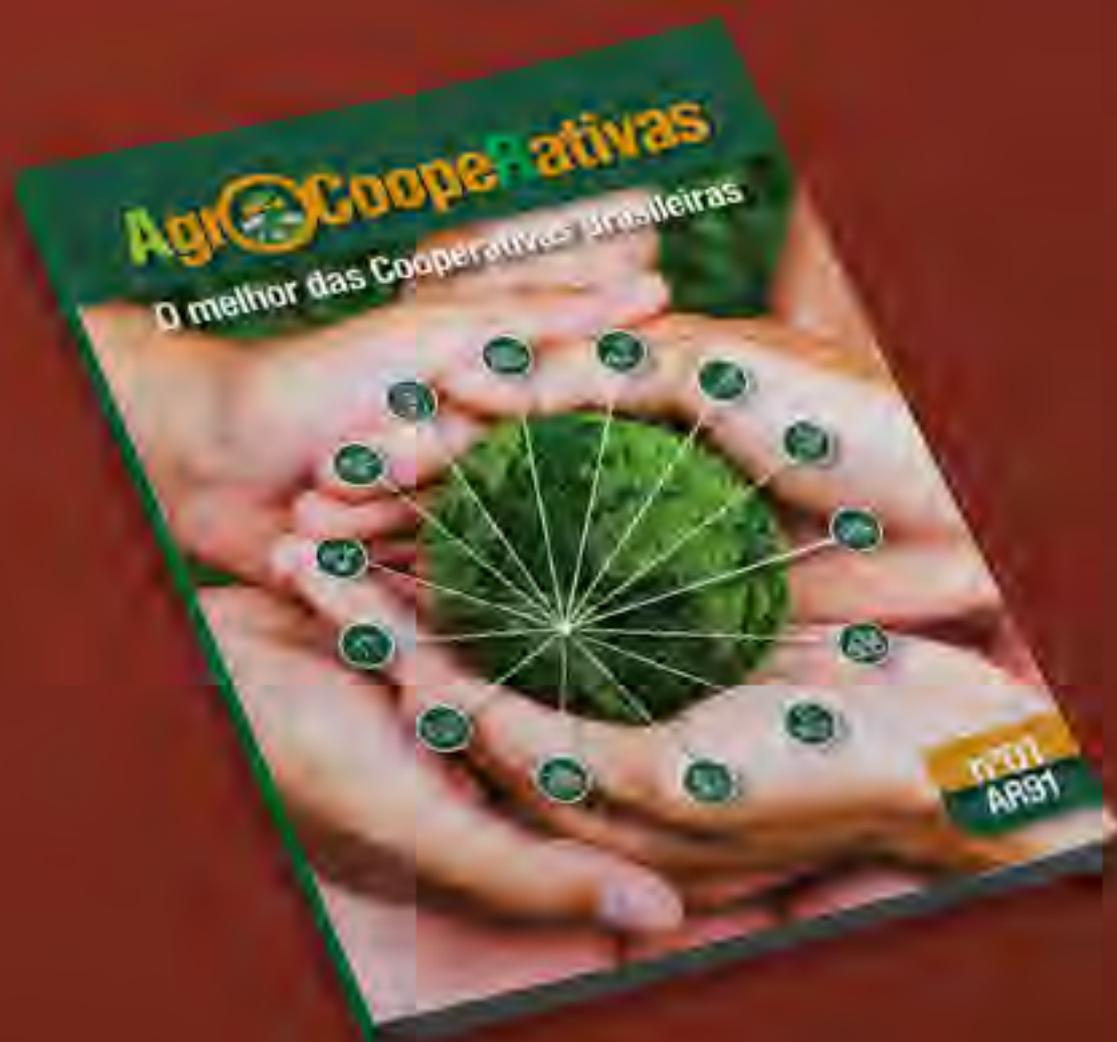
fiabilidade, estrutura e clareza, significado e impacto. É liderança transformativa do início ao fim”, advertiu. Além do debate e das apresentações individuais, o participante do Conexão pode aproveitar recursos de interação e concorreu a prêmios em sorteios realizados durante a transmissão do evento. **AR**

## DISTRIBUIÇÃO DO FUTURO

- # Comunicação e marketing efetivos
- # Fazer diferente
- # Políticas e programas da empresa
- # Estrutura e pessoas
- # Objetivos claros
- # Vendas e Comercial
- # Estratégia Digital
- # Operação logística e financeira
- # Distribuidor que pensa, evolui, adapta-se e opera novos modelos de negócios

# Anuncie na próxima edição!

Janeiro 2022



**AgriCoopeRativas**  
O melhor das Cooperativas Brasileiras

## Fale conosco!

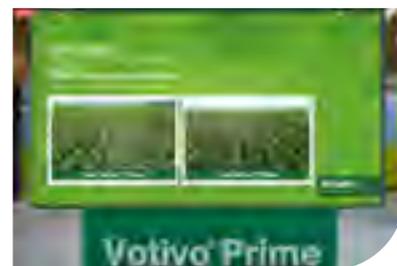
publique@publique.com  
(11) 9.9402.7078 • (11) 9.9364.1398

## Basf e a solução biológica Votivo® Prime

A empresa apresenta Votivo® Prime, uma formulação diferenciada para o tratamento industrial de sementes, indicada para o controle de nematoides nas culturas de soja, algodão, milho, arroz, trigo, sorgo e amendoim. A tecnologia conta com a sinergia na compatibilidade em associação com outros produtos químicos e biológicos, sem perder suas propriedades biológicas. As sementes tratadas com Votivo®

Prime também estarão disponíveis nas marcas Credez® e Soytech® na soja, Lidero™ de sementes híbridas para a cultura do arroz, e FiberMax®, marca líder no mercado de sementes de algodão do Brasil. “É um escudo de proteção contra o ataque de nematoides, que oferece a cada agricultor a proteção das sementes com todas as vantagens competitivas para que as suas lavouras alcancem o máximo potencial produtivo”, afirma

o gerente sênior de Tratamento de Sementes de Soluções para Agricultura da BASF, Luis Henrique Feijó. **AR**



## Pontual® é Ourofino Agrociência contra ferrugem asiática



Imagem aérea da fábrica da Ourofino.

Oitavo produto reimaginado exclusivamente para a agricultura tropical do Brasil lançado pela Ourofino Agrociência já está disponível para o mercado. Batizado de Pontual®, a solução é eficaz contra o principal problema nas lavouras de soja, a ferrugem asiática. O produto, o primeiro da empresa voltado para a ferrugem, também atua contra a mancha-parda. “É um passo importante na

ampliação de portfólio e entrada em um mercado tão significativo para a sojicultora”, comentou Lenisson Carvalho, gerente de marketing grandes culturas da empresa. Foram cinco anos em pesquisas para o desenvolvimento do fungicida. O Pontual® entrega alta performance no controle e manejo de resistência da ferrugem asiática da soja, mais segurança na aplicação e efeito protetor, preventivo e curativo. **AR**

## Promip destaca Amblymip® e Bovemip®

Com duas biofábricas no Estado de São Paulo, a brasileira Promip quer revolucionar o tratamento-padrão de controle do inseto mosca-branca (*Bemisia tabaci*) nas lavouras e desenvolveu uma estratégia de manejo da praga, ancorada em dois agentes biológicos: um ácaro predador e um fungo entomopatogênico. Incorporados a técnicas de manejo integrado de pragas (MIP), esses organismos controlam à mosca-branca com mais efetividade, inclusive populações resistentes a ingredientes

ativos químicos. O ácaro predador, de nome *Amblyseius tamatavensis*, e o fungo *Beauveria bassiana* formam a base dos produtos Amblymip® e Bovemip®, ambos do portfólio da empresa. “O ácaro predador, microbiológico, consome ovos e ninfas de primeiro ‘instar’ da mosca-branca (1,5 mm a 2 mm de comprimento), enquanto o fungo, microbiológico, ataca ninfas e adultos da praga”, resume Marcelo Poletti, engenheiro agrônomo, cofundador e CEO da Promip. A mosca-branca está presente nos principais cultivos do País

nos dias de hoje, incluindo feijão, soja, algodão e hortifruticultura. Não controlada, ela ocasiona quebras superiores a 50% em uma lavoura. **AR**



Aplicação do Amblymip®.

# OHKAMI®, da Sipcam Nichino, combate a traça-do-tomateiro

A Sipcam Nichino anuncia o lançamento de seu inseticida OHKAMI®, patente da japonesa Nihon Nohyaku (Nichino). O produto chega ao mercado ancorado em dados relevantes associados ao controle da traça-do-tomateiro (Tuta absoluta), percebida hoje como a mais desafiadora e destruidora praga da tomaticultura do Brasil. A traça-do-tomateiro ocorre durante o ano todo, sobretudo nos períodos mais secos. Sem controle, a praga compromete até 100% da produ-

ção. O OHKAMI® age por contato e tem como ingrediente ativo o composto Tolfenpyrad®. “No campo, conseguimos o controle de até 100% das populações da traça-do-tomateiro, originárias de várias regiões do País. Tolfenpyrad® evita o desenvolvimento de resistência cruzada por parte da praga. E a formulação de OHKAMI® tem um conjunto de propriedades adulticida, lagarticida e ovicida”, resume Sergio Camargo, da área de desenvolvimento de mercado da Sipcam Nichino.



OHKAMI® age por contato e tem como ingrediente ativo o composto Tolfenpyrad®.



## Soluções IHARA para a Soja Brasil

O Brasil deve ser responsável por mais da metade da soja negociada no mundo até 2030 e a IHARA, empresa de pesquisa e desenvolvimento especializada em defensivos agrícolas, traz novas soluções para auxiliar o agricultor a manter esse patamar elevado de produtividade, com manejo mais eficiente contra as principais pragas e doenças. Para isso, lançou um seleto grupo de tecnologias inovadoras para a cultura: Hayate, Romeo SC, Convence FS e Maxsan.

### IHARA

# Empresa de pesquisa e desenvolvimento com 55 anos de Brasil.

# Portfólio completo de fungicidas, herbicidas e inseticidas.

# Mais de 60 produtos para 100 diferentes tipos de cultivos.

Para o manejo de lagartas de difícil controle, o inseticida Hayate age rápido, tem período residual prolongado, protege a planta, pode ser usado no estado vegetativo da soja e atua no início das infestações. O fungicida biológico Romeo SC tem uma molécula inédita no Brasil, que age de forma preventiva e modo de ação único definido pelo FRAC (Fungicides Resistance Action Committee), maximizando a proteção contra a ferrugem. Uma solução de alta compatibilidade com outros produtos químicos ou biológicos do mercado. E recomendado para aplicação preventiva e em parceria com outros fungicidas diretamente na folha da planta. O inseticida Maxsan agora possui efeito 4MAX, único altamente sistêmico ideal no controle de todas as fases de desenvolvimento do percevejo e da mosca-branca. Possui efeito ovicida e influencia na reprodução dos insetos, reduzindo sua população e aumentando intervalo entre posturas.

O agricultor também não pode renunciar ao tratamento de sementes e a IHARA

lançou o Convence FS, formulação que potencializa a sinergia entre os ativos para obter um stand perfeito, além de apresentar modos de ação diferentes que deixam as plântulas mais protegidas e com menos pragas desde o início da plantação. Ganho de produtividade e dos negócios do agricultor. E ainda alta performance contra a Lagarta-Elasmo, praga presente no Brasil inteiro letal para a cultura.

Nos últimos cinco anos, a IHARA investiu mais de R\$ 200 milhões em pesquisa e desenvolvimento, estrutura e ampliação da linha de tecnologias, com mais de 25 novas soluções para diversos cultivos. “Temos um portfólio rico, com mais de 60 produtos para mais de 100 culturas. A soja é estratégica para o Brasil e para nós”, ressalta Marcos Gaio, Diretor de Operações de Negócios da empresa. “Os novos lançamentos potencializam a safra e ajudam o Brasil a se manter como potência no mercado da soja”, afirma André Nannetti, Diretor de Portfólio e Planejamento de Marketing da IHARA.



## Herbicida Syngenta para soja obtém registro

A Syngenta, gigante mundial do setor de proteção de cultivos, acaba de lançar EDDUS, nova tecnologia herbicida da Syngenta para controle das plantas daninhas em fase pré-emergência, com segurança ao desenvolvimento da soja. Além de ajudar o produtor que vive preocupado com alguns ativos que persistem no solo e que podem comprometer culturas subsequentes. “O lançamento responde a todas essas necessidades do campo, cumprindo com nossa missão de caminhar junto com o produtor em seus principais desafios”, completa Danilo

Cestari, Gerente do portfólio de herbicidas da Syngenta. Nos últimos cinco anos, o mercado brasileiro de herbicidas vem assistindo a uma ascensão na utilização de pré-emergentes no campo, chegando a 29% dos lavradores. Por causa da crescente resistência de daninhas, em lavouras de diferentes regiões do país, a diversos herbicidas atualmente utilizados. Caso da infestação de plantas como capim amargoso, capim pé de galinha, caruru, buva, vassourinha de botão, trapoeraba, leiteiro, picão preto, dentre outras. O produto combina dois princípios ativos de alta

eficácia, com diferentes mecanismos de ação, que entregam amplo espectro de controle com longo residual. ““EDDUS tem bastante flexibilidade, o que colabora para um manejo inteligente de plantas daninhas na soja”, acrescenta Danilo. 



## Corteva Agriscience lança soja Conkesta E3®

Tecnologia completa o Sistema Enlist®, lançado recentemente para o controle de plantas daninhas e principais lagartas da cultura da soja

A Corteva Agriscience anunciou o lançamento da soja Conkesta E3® no Brasil, biotecnologia de ponta que além de tolerância a três herbicidas, oferece proteção contra as principais lagartas da cultura da soja. O produto integra o recém-lançado Sistema Enlist® (que também inclui as sementes de soja Enlist E3®) e está disponível na safra 2021/2022. O produto representa uma inovação para os agricultores brasileiros por incorporar duas proteínas Bt (Cry1F e Cry1Ac), que oferecem ampla proteção contra importantes lagartas da cultura da soja (Proteção: Lagarta-da-soja, Lagarta-falsa-medideira, Lagarta-elasmô, Lagarta-das-maçãs e Lagarta-helicoverpa | Proteção moderada: Lagarta-preta e Lagarta-das-folhas), além de tolerância a três herbicidas (Glifosato, Glufosinato e 2,4-D Sal Colina), permitindo flexibilidade no manejo de gramíneas e plantas daninhas de folhas largas. “Estamos muito felizes em oferecer uma opção de escolha para o produtor rural

brasileiro. Agora, o Sistema Enlist® para a cultura da soja está completo, proporcionando simplicidade no manejo”, destacou Roberto Hun, Presidente da Corteva Agriscience para o Brasil e Paraguai.

Recentemente, a soja Conkesta E3® recebeu autorização de importação por parte da Comissão Europeia, permitindo assim que o grão cultivado no Brasil com a nova biotecnologia seja exportado para o mercado europeu. O produto também possui autorização em outros importantes mercados, incluindo a China. “A soja Conkesta E3® combina genética de alto desempenho ao manejo eficiente de plantas daninhas e lagartas, ampliando o potencial de produtividade dos agricultores”, destaca Christian Pflug, líder da Tecnologia Enlist da Corteva Agriscience para Brasil e Paraguai.

Além da tolerância ao glifosato e glufosinato, a soja Conkesta E3® (assim como as sementes Enlist E3®, indicadas para

realização do refúgio) é tolerante aos herbicidas do Sistema Enlist®: Enlist Colex-D® (novo 2,4-D sal colina) e Enlist Duo® Colex-D® (mistura pronta de 2,4-D sal colina + glifosato sal dimetilamina), que já estão sendo comercializados no Brasil e possuem uma excelente performance no campo. Outro ponto importante é a possibilidade de utilizar estes herbicidas também em pós-emergência das sementes de soja Enlist®. O novo 2,4-D sal colina, presente na formulação dos herbicidas do Sistema Enlist®, apresenta ultrabaixa volatilidade graças à sua baixa pressão de vapor.

A Corteva comercializará Conkesta E3® aos agricultores brasileiros por duas vias: Por meio de suas marcas proprietárias, Brevant® Sementes e Cordius® (marca de licenciamento de genética de soja).

Por meio do licenciamento da biotecnologia pela Brasmax, DonMario, Neogen, Nidera, NK e Stine. 

## As altas temperaturas nas lavouras estão prejudicando os cultivos dos seus clientes?

Agora você pode ajudá-los a minimizar os impactos da alta incidência de calor sobre as folhas e frutos, que prejudicam a produtividade de diferentes culturas. Apresente aos seus clientes o que não tem mais inovador em proteção solar para lavouras.

Conheça o Sungard, lançamento da Viter Agro. Veja alguns dos benefícios que o produto proporciona.



Proteção  
a fotossíntese



Garante  
conforto  
térmico



Reduz  
o estresse  
oxidativo



Aumenta  
produtividade  
dos frutos



Minimiza  
coloração dos  
frutos

# Waku Waku



**Renato Cesar Seraphim**

Seraphim.renatocesar@gmail.com

Nesses primeiros 100 dias de Valeouro, começando a fazer as fundações de uma startup dedicado a tropicalizar as biossoluções através das inovações e sendo uma plataforma aberta de pesquisa e desenvolvimento, tive a oportunidade de assistir a uma palestra e receber uma carta do sr. Shinji Tsuchiya, que atualmente é um dos conselheiros da Ourofino Agrociência.

Na carta, ele descreve o termo Waku Waku, que me fez refletir muito sobre o momento que estamos passando, não só na agricultura brasileira, mas também com nosso País e nossa visão de futuro.

A palavra Waku Waku vem da expressão japonesa “para ficar entusiasmado”. O significado é: “Estar entusiasmado e excitado pela antecipação de algo bom que acontecerá no futuro”. Quando li e reli esse texto, fiquei pensando muito nessa expressão e em como é difícil definir todo o seu significado em uma palavra em português, mas comecei a refletir como posso fazer essa expressão ser cada vez mais viva em minha vida ou em meu trabalho. O que me espera nos próximos, cinco, 10 ou 15 anos para que eu possa ser capaz de sentir a sensação de “Waku Waku”.

O sr. Shinji menciona a importância de fazermos o nosso trabalho e vivermos a nossa vida positiva: “Se o nosso espírito for elevado, estaremos motivados e seremos capazes de ver coisas que antes não seríamos capazes de enxergar”.

Quando estamos trabalhando com entusiasmo, esquecemos o tempo e ficamos mais preparados para as coisas imprevistas, e isso acontece o tempo todo, ele nos diz nesse texto. Para ele, a mudança é a norma no mundo de hoje e, enquanto algumas mudanças são positivas, outras são negativas. O que acontece a seguir, depende de como abordaremos o nosso trabalho e a nossa vida.

Ao abordarmos com entusiasmo e otimismo, nós não enxergaremos os eventos negativos, mas nos perguntaremos: O que está acontecendo? Que mudanças estão ocorrendo? O que podemos mudar para melhorá-lo? Que mudanças podem ser feitas no mercado?

Ele cita o exemplo do desenvolvimento da vacina Pfizer, que, hoje, é a empresa líder nessa corrida, e que foi desenvolvida em colaboração com uma empresa alemã chamada BioNTech.

O que me chamou a atenção é que um dos nossos propósitos com a Valeouro é fazer a nossa inovação através da colaboração, e esse exemplo me fez ficar ainda mais entusiasmado com o nosso futuro. Aflorou verdadeiramente em mim o termo “Waku Waku”.

A história por trás do desenvolvimento desta vacina está repleta de dicas e, com certeza, vou usá-las na Valeouro e gostaria de compartilhar com vocês:

- A BioNTech foi fundada por Sahin e Ozlem, marido e mulher, pesquisadores e doenças relacionadas ao câncer. Quando Sahin ouviu a notícia de Wuhan no final de 2019, o CEO da BioNTech intuiu que teria uma grande possibilidade de se tornar uma pandemia global.

- Sahin poderia ter visto isso como algo negativo, como muitos de nós, mas a sua capacidade de enxergar as mudanças no mercado e analisar informações fez com que rapidamente agisse, e, junto com a esposa, começou a desenvolver uma vacina imediatamente. Os dois prosseguiram com o desenvolvimento da vacina por conta própria, mas, ao mesmo tempo, sentiram a necessidade de buscar colaboração junto às principais empresas farmacêuticas ao redor do mundo, a fim de levar a vacina o mais rápido possível para o mercado. Eles pessoalmente solicitaram um acordo de desenvolvimento conjunto com a Pfizer.

Analisar, buscar colaboração e agir para atingir os resultados de forma mais rápida, ou, como diz a frase “se quiser ir rápido, vá sozinho, e se quiser ir mais longe, vá acompanhado”, fez

todo o sentido nessa história. Seria impossível acelerar o desenvolvimento e dar escala à vacina sem a ajuda da Pfizer. E, para a Pfizer, a descoberta seria mais longa e custosa sem a Biontech.

Nesse texto, o exemplo da Pfizer e da BioNtech me fizeram refletir sobre o fato de que podemos e devemos fazer isso em nossas empresas:

- Ter um norte para as ações;
- Coletar informações e descobrir onde a empresa está hoje;
- Olhar para as necessidades do mercado e de nossos clientes;
- Iniciar rápido, desenvolver as ações, os planos de pesquisa e executar;
- Estabelecer cooperações /dar escala / velocidade;
- Mensurar e controlar as etapas;
- Tornar-se e ter as pessoas certas no lugar certo.

As vacinas Pfizer/BioNtech passaram a ser fornecidas a uma velocidade e um volume que excedem a de outras empresas, e o que mais me impressionou foi o comentário da sra. Ozlem: “Eu não desenvolvi a vacina para ganhar dinheiro, mas porque senti a necessidade de salvar o maior número possível de vidas o mais rápido possível, por isso, me concentrei no desenvolvimento.”

Isso é o que eu chamo de Propósito, e, sem isso, tenho certeza de que a sra. Ozlem, o sr. Sahim e a própria Pfizer não teriam alcançado esse feito.

Outro ponto perfeito do texto do sr. Shinji é sobre a Essência dos Negócios. Sempre acreditei no fato de que, para termos um negócio, precisamos ter produtos, processos e pessoas, mas gostei muito do ponto em que ele menciona que os negócios no mundo sempre se resumem a uma das três coisas a seguir:

### 1) Vender mercadorias;

### 2) Vender serviços;

### 3) Vender sabedoria.

Se olharmos, notaremos que todas as empresas estão em uma destas categorias ou em uma combinação delas. Na reflexão do sr. Shinji, ele fala ainda sobre o Japão, e de como um país pequeno, localizado em uma área vulcânica e atingido por terremotos e tsunamis todos os anos, pode ser uma potência econômica. Ele nos diz que, para sobreviver, o país aprofundou o conhecimento em sua produção agrícola e industrial e evoluiu a uma velocidade que é única em comparação com outros países. Ou seja, o Japão é um país que concentrou-se muito em vender sabedoria, pois não tinha os recursos ilimitados e nem escala e custo para vender produtos ou serviços, mas tinha a sabedoria para ser aplicada.

Por outro lado, olhando para o Brasil, vemos que precisamos urgentemente pensar em inovação e diferenciação. Somos um país ainda jovem e não tão qualificado do ponto de vista educacional como outros países. Mas podemos muito bem nos concentrar em vender produtos e serviços e, para isso, inovação é fator crítico.

O sr. Shinji acredita que, antes de inovação, precisamos primeiro aumentar a nossa criatividade, pois é ela que leva às novas descobertas e evoluções. E ressalta que a criatividade é uma oportunidade que surge todos os dias, em cada um de nós, em nossos trabalhos diários, e que devemos sempre nos perguntar: “Como podemos fazer melhor?”

Outro ponto levantado é sobre a orientação para o cliente. Ao olharmos para várias empresas no Brasil, veremos que todas elas prestam atenção ao seu

desempenho comercial e aos números, mas, em termos de satisfação do cliente, ainda há muitas coisas que podem ser melhoradas. Quando começamos a olhar para a perspectiva do cliente, automaticamente olhamos para a qualidade de nossos produtos e serviços, e vemos que as empresas que não se concentrarem na satisfação dos clientes serão eliminadas do mercado.

Hoje, as três principais palavras em gestão são: Digital, Inovação e ESG. E, quando olho para o contexto de nosso agronegócio, em que temos uma Agtech criada por dia, a agricultura mais sustentável do planeta, os jovens querendo trabalhar no agronegócio, tenho a sensação perfeita do “Waku Waku”. Não por acaso, temos no nosso agronegócio o setor mais competitivo dentro de nossa economia.

Temos os nossos problemas, como: a baixa educação de nosso povo, uma polarização política que não nos leva a nada, corrupção, insegurança jurídica, problemas de infraestrutura etc. Podemos olhar isso com grande pessimismo, mas, ao trabalharmos com essa sensação do “Waku Waku”, começamos a pensar nas oportunidades, nas portas que se abrem. E penso que, se abordarmos com entusiasmo e otimismo nosso agronegócio e o nosso País, eliminarmos os eventos negativos e nos perguntarmos “O que está acontecendo?”, “Que mudanças estão ocorrendo?”, “O que podemos mudar para melhorá-lo?” e “Que mudanças podem ser feitas no mercado?”, tenho certeza de que muitas coisas boas serão realizadas. Vamos reimaginar a agricultura?

Fazer uma agricultura mais sustentável, mais tecnológica e mais inclusiva, isso é o que me move, esse é o meu “Waku Waku”!



## Avanços no registro de agroquímico



Quando se trata de registro de agroquímico no Brasil, este procedimento está previsto na Lei n. 7.802/1989 e é requisito legal para a produção, exportação, importação, comercialização e utilização

do produto. Para isso, o procedimento registral de agroquímico apresenta participação da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA)

e Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), e possui duas fases, em que a primeira se inicia com as avaliações técnico-científicas dos três mencionados órgãos federais e, a partir da manifestação positiva nes-



tas avaliações, em uma segunda etapa é realizado o registro do produto pelo MAPA. De todo modo, verifica-se que há morosidade administrativa no procedimento de registro de agroquímico, o qual, infelizmente, em muitos casos,

apresenta um tempo médio de tramitação de até 8 anos para determinadas categorias de produtos, embora o prazo legal do procedimento seja de 150 dias, dos quais 120 dias são destinados às avaliações técnico-científicas e 30 dias para o registro do produto. No entanto, a esperada modernização do procedimento de registro de agroquímico pode se efetivar por meio da publicação do Decreto nº 10.833/2021 divulgado no último dia 8 de outubro. Neste, destacam-se as seguintes alterações no registro de agroquímico:

a) Estabelecimento de prazos de tramitação ao procedimento de registro de acordo com o grau de complexidade, os quais variam entre de 12 meses a 36 meses;

b) Permissão para que haja mais de uma marca diferente para o mesmo número de registro de agroquímico;

c) Dispensa do Registro Especial Temporário (RET) para as atividades de pesquisa e experimentação com ingredientes ativos já registrados realizadas por empresa ou entidade de ensino, extensão e pesquisa ou por entidade credenciada;

d) Produtos fitossanitários cujo uso esteja aprovado na agricultura orgânica passam a ter sua produção permitida para uso próprio na agricultura convencional sem a necessidade de registro;

e) Simplificação do registro de agrotóxicos destinados exclusivamente à exportação, não sendo necessário que estes produtos estejam registrados para uso no Brasil quando sua finalidade for a produção exclusiva para exportação;

f) Adoção do Sistema Globalmente Harmonizado de Classificação e Rotulagem

de Produtos Químicos (GHS), para fins de classificação toxicológica e comunicação do perigo à saúde na rotulagem;

g) Instituição de registros de aplicadores de agroquímico, impondo a obrigatoriedade de treinamento para os profissionais aplicadores em campo;

h) Estabelecimento de que, a partir do dia 31 de dezembro de 2026, os aplicadores de agrotóxicos somente poderão exercer sua atividade profissional mediante registro nos órgãos de agricultura dos Estados e do Distrito Federal;

i) Possibilidade de aplicação de multas àqueles que descumprirem as regras previstas na Lei do agroquímico independentemente de notificação prévia e de medidas para resolução das irregularidades

#### **Praticadas pelo infrator.**

As recentes mudanças podem promover maior eficiência e efetividade ao procedimento de registro de agroquímico, do qual já se exigia modernização, em especial quando se vislumbra o potencial de crescimento do Brasil, o qual desempenha papel elementar na produção mundial de alimentos. Por fim, registra-se o entendimento de que o procedimento de registro do agroquímico consiste no primeiro momento de controle dos riscos associados ao produto, sendo que as demais fases de controle dos riscos incidem na fiscalização da fabricação, transporte, comercialização e uso, assim como na prescrição de receituário agrônomo para a aquisição e uso do produto. Tal ressalva é importante quando se trata de agroquímico, uma vez que a temática é complexa e, lamentavelmente, costuma-se associar a existência do produto como um mal em si mesmo sem uma investigação aprofundada de falhas em sua utilização. 

# Alimentação Animal cresce 5,2%

Primeiro semestre do setor alcança produção de 39 milhões de toneladas



**A**s indústrias de alimentação animal do Brasil produziram 39 milhões de toneladas no primeiro semestre, cresceram 5,2% sobre o mesmo período do ano passado e manteve o bom desempenho apesar dos desafios impostos pelo efeito dos fatores climáticos extremos (estiagem e geadas), pela alta do dólar no ambiente doméstico e o alto preço do milho e da soja. Segundo o Sindicato Nacional da Indústria de Alimentação Animal (Sindirações), houve uma tentativa de alívio nos preços com a Resolução Normativa da Comissão Técnica Nacional

de Biossegurança (CTNBio), que autorizou a importação de milho geneticamente modificado dos Estados Unidos, desde que mais barato daquele colhido internamente. A iniciativa ainda não surtiu efeito na prática e o setor continua demandando desoneração dos impostos ainda incidentes no desembaraço aduaneiro e no transporte e comercialização do cereal.

## FRANGOS DE CORTE

Apesar do estratosférico custo dos principais insumos (milho e farelo de soja, afora os aditivos importados e

indexados ao dólar), o auxílio emergencial e o persistente déficit interno chinês pelas carnes continuaram contribuindo na demanda por frango e asseguraram avanço de 5,8% na produção de rações para frangos de corte durante o primeiro semestre de 2021 e culminaram em 18,5 milhões de toneladas. Contudo, o elevado patamar de preços do farelo de soja e, principalmente, do milho, deve forçar repasse ao preço da proteína animal no varejo, em consequência arrefecer o ímpeto consumidor e então diminuir o ritmo na produção de rações para frangos de corte.

## **GALINHAS DE POSTURA**

Durante o primeiro semestre, a produção de rações para poedeiras somou pouco mais de 3,5 milhões de toneladas e ajustada ao plantel de poedeiras em produção, que permaneceu praticamente estável no período. Desde maio, contudo, vem ocorrendo moderação natural no alojamento por conta da persistência do alto custo dos grãos e dos baixos preços pagos ao produtor de ovos.

## **SUÍNOS**

A exportação de carne suína apurada durante o primeiro semestre avançou mais de 17%. O montante que alimentou o exterior somado àquele consumido domesticamente incrementou o volume de abates e determinou a produção de 9 milhões de toneladas de rações para suínos. A incipiente recomposição do rebanho e a detecção de novos surtos da peste suína em diferentes regiões, assegura a China como destino protagonista e que continuará contribuindo decisivamente na superação de embarques totais superiores a um milhão de toneladas.

## **BOVINOS LEITEIROS**

A forte estiagem que se abateu sobre as bacias leiteiras nas regiões Centro-Oeste e Sudeste/Sul prejudicou a qualidade e disponibilidade das pastagens, catapultou os preços dos insumos utilizados na alimentação do rebanho e incrementou sobremaneira o índice de custo de produção do leite. Apesar do benefício proposto pelo auxílio emergencial de incrementar a demanda interna por gêneros de primeira necessidade, o impulso esperado revelou-se ineficaz diante do esperado incremento no consumo e repasse no preço de varejo dos lácteos. Essa combinação inibiu a captação do leite cru por parte dos laticínios e acabou por pressionar o valor

pago ao produtor. Em consequência, durante o primeiro semestre, a produção de rações para vacas leiteiras sofreu retrocesso e somou 2,75 milhões de toneladas.

## **BOVINOS DE CORTE**

Durante o primeiro semestre a produção de rações e concentrados para bovinos de corte alcançou 2,44 milhões de toneladas. Apesar do alto custo da reposição e dos preços estratosféricos dos grãos, o incremento verificado resultou da maior mobilização da alimentação industrializada para recria e terminação, por conta das péssimas condições das pastagens castigadas pelas adversidades climáticas. Apesar da entrada dos terminados de confinamento, a oferta de animais ao mercado pode continuar bastante reduzida durante o segundo semestre por causa da diminuição dos abates de bois criados à pasto.

## **PEIXES E CAMARÕES**

O avanço de 8% na produção de rações para peixes durante o primeiro semestre é resultado das tradicionais celebrações da quaresma e da Páscoa, afora outros fatores que aqueceram a demanda e consequentemente elevaram os preços pagos aos produtores. A atividade é considerada bastante promissora e a consolidação tem sido impulsionada pelo sistema de produção integrado que fomenta e respalda os cooperados desde a disponibilização dos grãos até a comercialização do produto. Por sua vez, os produtores independentes tem sido desafiados pelo cenário bastante adverso e caracterizado pelo alto custo dos insumos utilizados na produção. Já a demanda pelas rações para camarões alcançou 50 mil toneladas, montante com forte potencial de crescimento, mas dependente e carente de ações prioritárias para investimen-

## **SINDIRAÇÕES**

# Fundado em 1953

# Representante da indústria brasileira de rações, concentrados, núcleos, premixes e suplementos/sal mineral

# 140 associados | 90% do mercado

# Sede em São Paulo

# Atua em segurança dos alimentos; regulamentação; negociação trabalhista; acreditação de programas de qualidade; assuntos tributários; garantia de suprimento; participação nos organismos internacionais e garantia da sustentabilidade econômico-financeira do setor

# Filiado à FEEDLATINA e IFIF

to, custeio, pesquisa e biossegurança voltadas à atividade.

## **CÃES E GATOS**

O avanço na produção de alimentos para cães e gatos, que contabilizou quase 1,5 milhão de toneladas nesse primeiro semestre, é justificado pelo estreitamento no relacionamento entre tutores e mascotes que continuam coabitando mais estreitamente por conta da pandemia, muito embora, perceptível a mudança no comportamento de compra, já que parte dos consumidores pressionados pelas condições sócio econômicas foram forçados a buscar alternativas mais básicas e com preço mais ajustado ao seu orçamento. Por conta das circunstâncias impostas pelo novo cotidiano é razoável estimar continuidade no ritmo da demanda durante o segundo semestre.

## **ARIOVALDO ZANI, VICE-PRESIDENTE EXECUTIVO DO SINDIRAÇÕES**

“A CONAB estima montante de milho (estoque de passagem de mais de 11 milhões de toneladas do período anterior + produção de aproximadamente 87 milhões de toneladas pelas três safras desse ciclo) para atendimento das necessidades internas em curso (demanda de 55 milhões de toneladas para as cadeias produtivas alimentar animal e energética, e outros 12 milhões de toneladas destinadas à indústria, ao autoconsumo, às sementes e perdas dentro da porteira e no transporte). O efeito dos fatores climáticos extremos (estiagem e geadas) abateu a produtividade das lavouras e resultou em um saldo aritmético de mais de 30 milhões de toneladas disponíveis para exportação. E deve, inclusive, determinar a importação de ao menos 2,5 milhões de toneladas do cereal.

Essa ajustadíssima contabilidade para abastecimento turbinou a escalada dos preços e culminou em abril na publicação, pelo Comitê Executivo de Gestão/GECEX da Câmara de Comércio Exterior/CAMEX, da Resolução 189, ato que zerou novamente, e até o fim do ano corrente, as tarifas de importação do milho e da soja, farelo e óleo, oriundos de fora do Mercosul. A decisão atendeu à recomendação do próprio Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), que vem abonando outro petição do setor privado, voltado à desoneração temporária do PIS e da COFINS na comercialização do milho que abasteceria a pecuária local exclusivamente. Publicada ainda em julho, a Resolução Normativa da Comissão Técnica Nacional de Biossegurança (CTNBio) autorizou a importação de milho geneticamente modificado dos Estados Unidos, mesmo que ainda

não tenha contribuído para aliviar os avicultores e suinocultores independentes, produtores de leite, confinadores, etc. E fazem com que verbalizam ‘estar pagando para trabalhar’.

Outrossim, as associações e entidades representativas tem convergido diligentemente aos projetos da Embrapa para otimização da cultura dos cereais de inverno (trigo, triticale, cevada, aveia), que podem, alternativamente, substituir boa parte do milho. Embora as lavouras concentradas regionalmente, e suas respectivas capacidades quantitativas, possam desafiar a viabilidade operacional da operação, que vai requerer investimentos em logística e estrutura para recepção, segregação e controle físico desses insumos adicionais nas fábricas. Apesar dos esforços voltados às soluções de impacto imediato, revela-se compulsório exortar as interfaces públicas e privadas em relação aos desafios de médio e longo prazo, tais como a revisão profunda do modal de transporte, predominantemente rodoviário, que deverá incluir melhores perspectivas e alternativas profissionais para os caminhoneiros. Outro gargalo preocupante reside na capacidade estática de armazenamento, inferior à produção de grãos, e que segue cada vez mais distante da ideal. Nesse ano, o déficit deverá superar 30%, ou seja, dos potenciais 254 milhões de toneladas produzidas, poderão ser armazenados 174 milhões.

A agricultura continua avançando e acumulando recordes na receita apurada (firmada nas cotações internacionais) e na quantidade exportada (garantida pela forte demanda externa). O preço do farelo de soja subiu quase 40%. O do milho quase dobrou nos últimos doze meses (ano passado custava R\$ 1761,00/tonelada e R\$ 50,00/saca 60kg. E em junho/21 R\$ 2422,00/tonelada e R\$ 97,00/saca 60kg, respectivamente). E

a influência desses ajustes no custo da ração para frangos e suínos beirou 75%. A pecuária, por sua vez, principalmente daqueles que comercializam total ou majoritariamente no mercado local, segue pressionada por esses custos proibitivos dos insumos (milho, farelo de soja e aditivos importados) e impedida de repassar integralmente esse ônus aos preços da proteína animal (carnes, leite e ovos), que nutre os depauperados consumidores locais. Apesar dos tantos desafios impostos, a indústria brasileira de alimentação animal mantém firme seu compromisso de abastecer suficientemente, produzir mais com menos, garantir a resiliência e a produtividade, e otimizar os recursos ambientais, justificando, assim, sua essencial contribuição na solução de uma cadeia produtiva de proteína animal cada vez mais sustentável”. **AR**



**Você que ama conhecer lugares,  
vai amar navegar por aqui**



**Turista  
Profissional  
.com.br**

**Vale a pena navegar por aqui!**

Canal Turista Profissional • Comunidade Instagram • Comunidade Facebook  
Cursos • Palestras • Coaches • Consultorias

 (11) 9.9101.7669



o que vem na próxima **AgroRevenda**

## O negócio é relacionamento

Indústrias investem ainda mais em lojas próprias e proximidade total com os produtores.

### JOSÉ ROBERTO RICKEN

Entrevista especial com o presidente do sistema Ocepar, sobre o cooperativismo no Paraná e as perspectivas das organizações para o futuro.

### A VIRADA DA CAPAL

O presidente executivo da Capal, Adilson Fuga, conta a trajetória da cooperativa que enfrentou sérias dificuldades nos anos 1990 e, hoje, é uma das mais importantes do País.

### ENCONTRO COOPS DO AGRO

O Encontro Nacional das Cooperativas Agropecuárias, o ENCA 2021, que foi realizado em novembro, em Campinas (SP).

### ANÁLISE MACROECONÔMICA

Especialistas ligados ao Agro analisam a atual situação da economia brasileira e o que esperar de 2022.

### AS 10 MAIS!

Um ranking das dez maiores cooperativas brasileiras.





## Capa

Nossa próxima edição trará, em sua matéria de capa, a história de empreendedorismo que já está na quarta geração da Casa do Adubo, que atua fortemente em 12 estados brasileiros, atendendo pequenos e médios produtores rurais, com uma equipe de aproximadamente 1.000 colaboradores, dos quais 700 estão no campo trabalhando em prol do desenvolvimento da atividade rural e orientando os produtores sobre como aplicar tecnologias inovadoras e sustentáveis. A Casa do Adubo e seus 85 anos de história, sem dúvida, é inspiração pura para os leitores da Plataforma AgroRevenda.

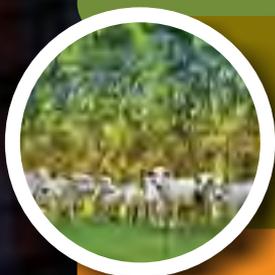
## Especial Paraguai

Agronegócio do nosso vizinho cresce e atrai produtores e investidores brasileiros.



## Bio Agricultura

A revolução que une insumos biológicos, sequestro de carbono, manejo integrado de pragas e integração entre pecuária, florestas e lavouras.



## Safra 2021 - 2022

Colheita pode bater todos os recordes e impulsionar como nunca o Agro Brasil.



## Pastagem na veia!

Indústrias voltam os olhos para o setor de sementes, fertilizantes e defensivos para boa pastagem.



## O quarteto de ouro da lavoura

Semente, solo, biológico e manejo integrado. Empresas disputam cada milímetro da fazenda nova e sustentável.



**Pet Mercado**  
Peixes ornamentais  
pela Embrapa

**Nascidos Para Criar**  
Gatil Play Bengal

**Saúde Animal**  
A psique dos bichos

**Tela Animal**  
Gatos - Documentário  
em Instambul

**Meu Selvagem Favorito**  
Leopardo Asiático

**Revenda Pet**  
Petz Uberaba, evolução  
pandêmica do setor

# Ourofino Agrociência, reimaginando a distribuição na agricultura brasileira.



Acreditamos que o setor de **Distribuição** é o principal elo entre a indústria e o produtor rural, o que sustenta o presente e garantirá a **sustentabilidade do futuro**. Por isso, investimos em um plano para reimaginar a nossa **Estratégia de Distribuição**, para que através dela, tenhamos parcerias cada vez mais duradouras e ancoradas pela reciprocidade. Quer saber mais? Faça a leitura do QR Code e acesse o conteúdo exclusivo.



[ourofinoagro.com.br](http://ourofinoagro.com.br)  
f/ourofinoagrociencia

