



RRNEWS



Revista Rural



MUNDO DIGITAL

Comprar gado por foto ou vídeo hoje já é uma prática muito comum. Alguns detalhes, porém, podem ajudar a escolher os animais com menor risco de erro.



As preferidas dos leitores

Do campo ao virtual, a Syngenta é inovação e vencedora 5 vezes Top!

Para estar ao seu lado, mesmo a distância, a Syngenta usou o digital para se conectar a você, produtor, e assim levar conteúdos importantes para mantê-lo conectado. E, através da **Feira Virtual 360°**, a Syngenta conquistou o **prêmio Top List Rural 2020 de melhor evento digital no agro**.

Muito obrigado pela sua parceria e audiência e, em 2021, tem mais inovação para você.



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

c.a.s.a.
0800 704 4364

RURAL
toplist
2020

SYNGENTA E VOCÊ

CONECTADOS
DENTRO E FORA DO CAMPO

Fortenza® Duo



Engeo Pleno® S

Acesse o QR Code, conheça a ação virtual e confira todas as outras 4 categorias em que recebemos o Prêmio Top List Rural.



tecnologia
Pixit

portalsyngenta.com.br

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

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

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

[syngentabrasil](https://www.youtube.com/syngentabrasil)

syngenta



Nutrição equilibrada garante um cafezal de qualidade superior

53



No verão, estresse térmico pode afetar bastante a produção leiteira

64



Revista Rural premia os melhores projetos de marketing e programas de difusão de tecnologia

36



Revista Rural é uma publicação mensal da Criação Assessoria Comunicação e Comércio Ltda
Rua Acuruã nº 547 - Vila Ipojuca - São Paulo/SP - CEP 05053-000 - PABX 11 3022-4260
● **Diretor de Redação:** Flávio Albim (flavio@revistarural.com.br) ● **Diretor Administrativo:** Vitor Albim (vitor.albim@revistarural.com.br) ● **Diretora Comercial:** Ana Carolina Domingues Albim (carol@revistarural.com.br) ● **Edição digital:** disponível gratuitamente na Apple Appstore, Google Play e Amazon ou leia a edição online em www.revistarural.com.br/. ● **Siga Revista Rural no Facebook, Instagram e Linked In.** ● **Programa Revista Rural:** Exibido aos domingos, terças e sextas, às 8:30 da manhã, na TV Climatempo Bio (Cabo: ClaroTV 251, VivoTV 38 e 45, VivoTV Fibra 589. Satélite: Sky 170, OiTV 189, VivoTV 87, NossaTV 47). ● **TV Revista Rural:** Assista nossas reportagens em [youtube.com/tvrevistarural](https://www.youtube.com/tvrevistarural). ● **Portal de Notícias da Revista Rural:** Fique por dentro de tudo o que acontece diariamente no agronegócio acessando www.revistarural.com.br.

ANO XXIII • Nº 269
Dezembro/2020



PROCURA-SE REVENDEDORES

Contate-nos agora! >>> sales@hstni.com



Pulverizador de jato de ar tipo canhão

Para aplicação de Pesticidas, Fungicidas, Inseticidas e
Desinfecção para Culturas, Criação de Animais e Controle
Público de Doenças

- * Culturas: Arroz, Milho, Óleo de Palma, Banana etc
- * Criação: Suinocultura, Avicultura, Bovinocultura
- * Controle Público de Doenças: Mosquito (Malaria/Febre Amarela/Dengue), Moscas e outros insetos
- * Controle de Pragas: Gafanhotos, Vermes

Desinfecção Pública

Agricultura

Pecuária



SÉRIE "ULTRA" HSU



SÉRIE "MULTI" FDS



SÉRIE "SPEED" ATOM



+82-2-2088-8676



www.hstni.com



Procure "HSTNI"



FORD ANUNCIA LANÇAMENTO DA RANGER BLACK NO BRASIL EM 2021

A Ford vai dar sequência à ampliação da sua linha de produtos no Brasil e na América do Sul em 2021. Além da linha Transit, anunciada recentemente, ela confirmou o lançamento do Bronco, família global de SUVs, da série especial Mustang Mach 1 e da Ranger Black, nova versão da picape. O anúncio foi feito por Lyle Watters, presidente da Ford América do Sul e Grupo de Mercados Internacionais, que também compartilhou suas perspectivas para a economia e o ambiente de negócios em 2021.

Watters teve um encontro virtual nesta manhã com o presidente da Argentina, Alberto Fernández, para confirmar um investimento de US\$ 580 milhões na nova geração da Ranger, programada para chegar aos mercados da América do Sul em 2023. O investimento inclui uma ampla modernização da fábrica de Pacheco e aumento significativo da localização de peças.

“Em 2021, vamos continuar a focar em segmentos em crescimento nos quais podemos competir para vencer e melhor atender nossos clientes. Acredito que o ambiente de negócios do setor automotivo continuará a ser altamente desafiador no próximo ano. No entanto, vamos enfrentar esse desafio de frente e continuaremos a transformar nosso negócio para ser financeiramente sustentável. Esta é a nossa prioridade e foco”, disse Watters.

Desafios

Lyle Watters chamou a atenção para os grandes desafios ainda enfrentados pelo setor automotivo, incluindo a redução significativa dos níveis de vendas e produção. As moedas locais se desvalorizaram significativamente este ano, aumentando as pressões de custo – o real brasileiro em 20% e o peso argentino, em torno de 30%. A utilização da capacidade de produção de todo o setor é de apenas 40%. “Nesse ambiente, a liquidez continua a ser uma questão chave, não só para a Ford mas para toda a indústria, agravada pela baixa disponibilidade e alto custo do crédito”, afirmou.

Segundo Watters, a expectativa é que a atividade econômica na América do Sul se recupere gradualmente em 2021, com o retorno aos níveis de produção e vendas de 2019 somente em 2023. “Esperamos uma indústria em torno de 2 milhões de unidades em 2020 no Brasil e de 320–340 mil unidades na Argentina. Para 2021, nossa projeção é de 2,5 milhões de unidades no Brasil e pouco mais de 400 mil unidades na Argentina”, completou.

Novos produtos

Na América do Sul, os futuros produtos anunciados dão uma boa indicação dos planos da Ford para a região, com foco em segmentos em crescimento nos quais a marca pode competir para vencer. A Transit, que será produzida no Uruguai e é reconhecida por sua capacidade, tecnologias avançadas e baixos custos operacionais, vai fortalecer a competitividade da Ford no segmento de vans comerciais. Van mais vendida do mundo, a Transit é líder do segmento nos EUA e na Europa, onde recentemente a nova versão elétrica E-Transit foi adicionada ao portfólio.

A Ranger Black é uma versão adicional da picape voltada ao uso urbano, com estilo robusto e sofisticado, criada para um segmento de consumidores que precisam superar os desafios das grandes cidades.



PROMOÇÃO

Crédito Rural

A cada R\$ 20 mil,
concorra a tratores 0km.

banco.bradesco/promocaoagro

FORÇA NO
CAMPO

 bradesco



banco.bradesco

 @Bradesco  facebook.com/Bradesco

Fone Fácil Bradesco: 4002 0022 / 0800 570 0022

SAC - Alô Bradesco: 0800 704 8383

SAC - Deficiência Auditiva ou de Fala: 0800 722 0099

Ouvidoria: 0800 727 9933

Certificado de Autorização SECAP 04.DOF149/2019. Válido para operações de Crédito Rural
e/ou BNDES Agrícola e/ou CPM. Promoção válida de 15.01.20 a 31.03.21



PECUÁRIA DE CORTE RETOMOU VALORIZAÇÃO EM 2020

O ano para a pecuária gaúcha foi de muitos desafios e incertezas, mas o setor conseguiu encerrar de forma exitosa a sua temporada de vendas em 2020. Depois de enfrentar nos últimos anos momentos difíceis, foi possível agora registrar uma retomada na valorização dos produtos pecuários e do agronegócio como um todo. Para os associados da Conexão Delta G, que têm a sua produção baseada nas raças Hereford e Braford, a comercialização de reprodutores na Temporada de Primavera foi muito positiva.

De acordo com a presidente da entidade, **Patrícia Wolf**, apesar de todas as dificuldades vividas pelo agronegócio e mais os problemas impostos pelo enfrentamento da pandemia de Covid-19, é preciso comemorar neste final de ano, com cautela, os bons negócios fechados. “Sempre procuramos analisar os motivos do nosso sucesso para que ele siga ocorrendo, mas também buscando mudar o que precisa melhorar. Vemos no crescimento da venda de sêmen, que a Conexão acompanhou o que estava ocorrendo no país. Portanto, este au-

mento é consistente e não deve retroceder”, observa, destacando que a demanda pelos animais produzidos pela Conexão se deve à seleção de características produtivas feita pela entidade e seus associados.

Em relação à venda de sêmen, Patrícia ressalta o Programa Touro Jovem, cujos animais se destacam no Sumário de Touros da Conexão. “É um programa consistente. Linhagens inteiras de animais foram ponteiros na sua geração no nosso Sumário de Touros, então é natural que haja uma demanda por estes exemplares que têm já a sua produtividade comprovada”, observa. A dirigente também coloca como importante nestes resultados o trabalho da entidade referente à resistência ao carrapato, realizado junto com a Embrapa, Gensys e com apoio da Associação Brasileira de Hereford e Braford (ABHB).

Patrícia lembra, ainda, uma das novidades lançadas neste ano que foi o Índice de Facilidade de Parto. “É muito importante oferecer animais com estes dados que são impactantes na produção, uma vez que esta característica é importante para os indicadores de eficiência do rebanho”, informa. Segundo ela, além da experiência dentro da porteira, a Conexão Delta G está sempre procurando ouvir seus clientes. “A ideia é fazer cada vez mais a seleção para características produtivas, saber o que o criador está procurando e o que precisa ser melhorado”.

Para 2021, a entidade vai seguir aperfeiçoando o seu trabalho de melhoramento genético para a pecuária de corte, por entender que se trata de uma ferramenta que contribui para melhorar a qualidade da produção. “Vamos aperfeiçoar ainda mais o Índice de Facilidade de Parto e agregar novos projetos esperando que estes momentos difíceis passem e o agronegócio possa trabalhar trilhando no rumo certo”, conclui Patrícia.



GRANDES RESULTADOS COM SEMENTES NÚMERO UM.

Estar ao lado do agricultor e ser parte fundamental para o crescimento do agro é a base de nossa atuação.

Em 2020, toda nossa dedicação foi coroada com o primeiro lugar na categoria sementes do Prêmio Top List.

**A VOCÊ, AGRICULTOR,
NOSSO MUITO OBRIGADO.**

SOLO BEM CUIDADO GERA MAIS RENTABILIDADE

Mato Grosso tem mais de 1,5 milhão de hectares de pastagens relegadas a más condições de produção. A situação, mapeada por órgãos oficiais, não se trata de simples fragilidade na pecuária. Também pode ser encarada como uma grande oportunidade de recuperação de áreas com foco na ampliação da renda na atividade, sem que novas áreas sejam abertas. De acordo com a Embrapa, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, melhorar as pastagens ajuda a aumentar em até 22% a taxa de desfrute dos rebanhos bovinos de corte. Ampliar a conversão do pasto em mais arrobas de boi gordo passa, dessa forma, pela incorporação de uma técnica consagrada na agricultura, mas que carece ser mais amplamente difundida na pecuária: a aplicação de calcário associada à adubação e boas práticas de manejo/gestão, como aliada da produtividade.

Dados do Censo Agropecuário de 2017, do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), apontam que dos mais de 5 milhões de estabelecimentos agropecuários brasileiros, cerca de 523 mil possuem pastagens plantadas em más condições. Em números absolutos, o status negativo nos parâmetros de qualidade correspondem a 11,8 milhões de hectares. No universo total de propriedades, também aponta o levantamento, mais da metade (58%) não

fazem adubação. “O que se vê, grosso modo, é ainda certa resistência na incorporação desse conhecimento técnico-científico na atividade pecuária. Sabemos que isso implica em custos financeiros, mas é fundamental que esses custos sejam encarados como investimento que se transforma em mais lucratividade. Adubar e calcarear os solos ocupados pelas pastagens é investir numa pecuária de maior performance”, destaca Milton Ferreira de Moraes, Doutor Fertilidade do Solo e Adubação pela USP e professor/pesquisador da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT).

Na Agropecuária, para **Genésio Pereira**, no município de Pontal do Araguaia (a 410 km de Cuiabá e 338 km de Goiânia), adubação e calagem nas pastagens é cuidado que se leva a sério. Não seria presunção afirmar que a propriedade de 400 hectares, à margem do belo Rio Araguaia, desponta como referência no Cerrado que se espalha sobre a divisa dos Estados de Mato Grosso e Goiás. Em razão do criterioso manejo dos solos e das pastagens, adotado pelos proprietários há três anos junto a outras medidas benéficas, o negócio já colhe resultados vigorosos. Na qualidade das plantas forrageiras, na mais rápida conversão alimentar dos animais e, conseqüentemente, na rentabilidade do negócio.

A fazenda abriga a produção de ovinos com foco em melhoramento genético - sob a marca Ovinos do Araguaia, premiada em várias exposições agropecuárias - e também se dedica à atividade de confinamento, oferecendo o sistema de “boitel”. À frente das atividades, o pecuarista e médico veterinário Clemens Barbosa de Novais Junior, 49 anos, representa a quarta geração da família dedicada à terra e criação. Focado em intensificar a capacidade de confinamento na propriedade, ele explica que segue a receita já consagrada por várias pesquisas técnico-científicas para cuidar da pastagem: adubação associada à calagem regular, acrescidas de outros cuidados no manejo, com planejamento e disciplina.

Na prática, as inovações incorporadas hoje permitem que um lote de 150 bovinos, que antes ocupava uma área de 100 hectares para engorda agora é confinado num espaço bem menor, de 40 hectares.



Elanco

Rumensin®

TM

É ÚNICO



- Características físicas ideais¹
- Melhor eficiência biológica vs. similar²
- Aumento da produção de propionato vs. similar²

Referências: 1) Rumensin Guidance Document; 2) Teixeira et al. Effects of isomerism source on in vitro rumen fermentation and characteristics and performance of Bos indicus beef bulls offered a high-concentrate diet. 2016. J. Anim. Sci. 4(10):4-9. Rumensin®, Elanco e o logo da banta diagonal são marcas da Elanco ou suas afiliadas. P96-BR-20-0346

Elanco

RECONHECIMENTO EM DOSE DUPLA.





**Biogénesis
Bagó**

As preferidas do agronegócio

Pela vigésima vez, leitores da
Revista Rural escolhem as marcas que
tem a sua preferência e confiança.



Sementes	PIONNER
Defensivos para pastagem	CORTEVA
Fertilizantes	YARA
Irrigação V	NETAFIM
Caminhões	MERCEDES
Pneus agrícolas	FIRESTONE
Colheitadeiras	NEW HOLLAND
Tratores	MASSEY
Sementes para pastagem	MATSUDA
ILPF	MATSUDA
Inseticidas	ENGEO
Fungicidas	ELATUS
Nematicidas	AVICTA
Tratamento de sementes	FORTENZA DUO
Sementes para HF	HORTICERES
Armazenagem	KEPLER WEBER
Balanças	COIMMA
Troncos	COIMMA
Cercas Elétricas	SPEEDRITE
Cochos	ITABIRA
Motoserras	STIHL
Roçadeiras	STIHL
Seringas/Pistolas	WALMUR
Sal mineral D	SM TORTUGA
Sucedâneos Lácteos	SPRAYFO
Vacinas reprodutivas	CATTLEMASTER
Hormônios para IATF	CIDR
Vermífugos	DECTOMAX
Vacinas para aftosa	AFTOBOV
Vacinas contra BVD	BOVELA
Vermífugos para Equinos	EQVALAN
Vitamina para Equinos	CHAMPION
Vitamina para Bovinos	AMINOFORT
Aditivos Alimentares	RUMENSIN
Anti-mastíticos	BOVIGAM
Estimuladores de cio	CIOSIN
Anti Mosca dos Chifres	OUROFINO
Carrapaticidas	OUROFINO
Pulverizadores	JACTO
Plantadeiras	JOHN DEERE
Colhedoras forragem	NEW HOLLAND
Banco privado	BRADESCO
Herbicidas	ROUNDUP
Colhedora de cana	CASE IH
Enfardadeiras	JF MÁQUINAS
Ordenhadeiras	DELAVAL
Arares	BELGO
Motobombas	HONDA
Rações	AGROCERES MULTIMIX
Inseminação	CRV LAGOA
Brincos	ALLFLEX
Crédito rural	BANCO DO BRASIL
Cooperativas de Crédito	SICREDI
Picapes	FORD RANGER
Caminhões leves	VOLKSWAGEN

Mesmo num ano em que o “novo normal foi completamente fora do normal”, a pesquisa do Top List Rural, em sua vigésima edição, mostrou que não há cenário atípico que modifique a máxima de que “qualidade tem reconhecimento”. Os produtos preferidos pelos leitores da revista mostraram mais uma vez que contam com um público fiel, que reverencia sua qualidade e eficiência.

“O que é bom, é bom. E o mercado reconhece. Mesmo com todas as dificuldades impostas pela pandemia, as empresas do agro mantiveram seu ritmo de trabalho, não só na comunicação, onde deram um verdadeiro show, mas também no desenvolvimento de novos produtos”, afirma o Diretor de Redação da Revista Rural, Flávio Albim. Ele ressalta que foram muitos os lançamentos este ano, em todos os principais setores do agro. “Alguns novos produtos trouxeram tecnologias inovadoras e até mesmo revolucionárias. Daqui há algum tempo, é bem provável que eles figurem na pesquisa”, aposta o diretor.

Este ano, a divulgação da pesquisa aconteceu com um mês de atraso, uma medida estratégica, de acordo com Albim. “Isso aconteceu para mantermos o mesmo hiato entre as duas principais pesquisas que a revista realiza, que é

o Top List e o Top of Mind. Acho que agora, adaptados ao novo jeito de se fazer as coisas, devemos voltar as pesquisas às suas datas tradicionais”.

O trabalho, feito exclusivamente com leitores da publicação, e visa apontar as marcas e produtos testados e aprovados pelos produtores rurais. Ela é respondida por escrito, através de formulário, e enviada para a revista. Assim, o produtor pode pensar, pesquisar e até mesmo consultar seu funcionário para responder quais os produtos que ele usa e aprova.

Nesta edição, 993 pessoas responderam ao questionário, dos mais de 3.000 formulários enviados em setembro, através de e-mail. A representatividade foi praticamente a mesma de anos anteriores, sendo 36% do Sudeste, 33% Centro-Oeste, 19% Sul e 12% Norte e Nordeste.

Comemorando os resultados

Empresa com maior número de vitórias entre todas as categorias, a Syngenta tem solidificado não apenas o seu portfólio, mas também o nome da empresa, que



FLÁVIO ALBIM,
DIRETOR DE
REDAÇÃO DA
REVISTA RURAL:
“O QUE É BOM,
É BOM. E O
MERCADO
RECONHECE”.

É campeã! É campeã! É campeã!

A Boehringer Ingelheim é a vencedora
do TopList Rural em 3 categorias.



A qualidade dos produtos para saúde dos grandes animais da
Boehringer Ingelheim acaba de receber um reconhecimento
em dose tripla. Pela premiação, pelo seu voto e pela sua confiança,
receba o nosso obrigado, obrigado e obrigado!



RENATA MOYA, GERENTE DE
COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA
DA SYNGENTA

acaba de completar duas décadas de existência. "A Syngenta está completando 20 anos, mas temos um histórico de fusões de outras companhias. Então, se contarmos o tempo das antigas empresas até a fusão como Syngenta, nós temos uma história que chega a um século. É uma história construída, que vai além desses 20 anos da marca no mundo e que nos faz ter o sucesso que conquistamos ao longo do tempo dentro do agronegócio", explica Renata Moya, gerente de comunicação mercadológica da Syngenta.

A importância que a empresa vem assumindo no Brasil é igualmente proporcional a importância que o país, uma potência agrícola e pecuária, vem ganhando para ela. O Brasil está entre os três países mais representativos para a Syngenta no mundo, tanto para crop, quanto para sementes.

O cuidado em oferecer produtos totalmente voltados para as características da lavoura tropical tem sido um fator importante na con-

quista do mercado. "Quando os produtos vêm para o Brasil eles são testados. Então, antes de qualquer registro existe todo um estudo e uso desses produtos em áreas demonstrativas, para exatamente mostrar a sua efetividade, considerando os alvos biológicos do Brasil e as particularidades das culturas".

Este ano, mais uma vez, ela levou o primeiro lugar em Fungicidas (*Elatus*), Inseticidas (*Engeo*), Nematicidas (*Avicta*) e Tratamento de Sementes (*Fortenza Duo*).

Trabalho árduo e constante

Num mercado cada dia mais competitivo e exigente, se manter como a marca preferida dos agricultores, façanha alcançada pela Pioneer, não é tarefa fácil, de acordo com Frederico Barreto, líder de marketing de sementes da Corteva Agriscience. "Para se manter sempre relevante junto ao mercado e ao agricultor, eu acredito que a gente precisa ter soluções que revertam em produtividade na lavoura e essas soluções requerem muito investimento em inovação, e também muito alinhamento interno em prol de alguns pilares que a marca Pioneer sempre se destacou", explica, afirmando que um dos pilares é o produto "e, sem dúvida, aí eu reforço um time de pesquisa e desenvolvimento



Knowledge grows

Nutrição para cada etapa. Qualidade para todas as culturas.

A Yara potencializa a qualidade e produtividade em sua cultura com fertilizantes premium para cada etapa do ciclo.



**Nutrição mais
uniforme**



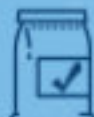
**Plantas mais fortes
e resistentes**



**Maior rentabilidade
para o negócio**



**Melhor
enraizamento**



**Colheita com mais
qualidade**



Acompanhe a Yara nas redes sociais:

yarabrasil.com.br





FREDERICO BARRETO, LÍDER DE
MARKETING DE SEMENTES DA
CORTEVA AGRISCIENCE

tando a busca por soluções”.

Milho é grande parceiro

A cultura de grãos tem sido uma das maiores molas propulsoras do agronegócio brasileiro e a Pioneer sabe muito bem disso, tendo o milho, uma das culturas mais promissoras hoje, como seu foco principal no desenvolvimento de novos

produtos. "No milho, temos um histórico antigo, de quase 50 anos no Brasil. E para garantir sucesso no desenvolvimento desta cultura, é preciso ter muito teste a campo, muito experimento. Nós temos um time de campo que faz isso com primor", garante Barreto.

De acordo com ele, a Corteva tem investido muito nessas áreas de desenvolvimento de novos híbridos e acredita que para se manter sempre na liderança, é preciso ter um portfólio completo, "ou seja, entender os detalhes de cada região e as necessidades que cada agricultor tem”.

Reconhecimento dá satisfação e responsabilidade

"Para nós é motivo de muito orgulho quando temos o cliente final reconhecendo o trabalho que a gente faz, é o maior prêmio que a gente pode ganhar. É a percepção dele

muito presente no campo para entender as necessidades, dialogar com a equipe comercial e com os clientes para ver o que é preciso trazer de novo e pensar a frente, um pouco mais adiante”, conclui.

A presença comercial também é um pilar importante de sustentação dos serviços oferecidos pela empresa. "Temos uma força de venda de cerca de 300 representantes no campo que são muito técnicos, mas, muito mais que isso. Eles estão presentes nas comunidades em que atuam. Eles são muito próximos do produtor”.

Essa proximidade e troca constante de experiências enriquecem não só o cliente, mas os próprios profissionais. "O nosso representante comercial visita pelo menos 50 lavouras por ano, aproximadamente, e essas 50 lavouras vão permitir que ele aprenda muito. Se mantendo na mesma região, ele entende cada vez mais como funciona a produção daquela área e vai identificando os detalhes, tanto nos exemplos positivos, quanto nos negativos, facilitando

Mais um prêmio que não foge de jeito nenhum.

www.belgobekaert.com.br

A Belgo agradece a todos os produtores rurais, clientes, parceiros e colaboradores por mais este reconhecimento. Vocês nos fazem evoluir sempre e são os principais responsáveis por promovermos uma vida melhor no campo.

RURAL
toplist
2020



www.belgobekaert.com.br
0800 727 2000

Acompanhe-nos nas redes sociais



Arcos Belgo: uma marca
da Belgo Bekaert Arames.

Arcos
Belgo



JOÃO BONETTI, DIRETOR
COMERCIAL DA YARA FERTILIZANTES

sobre a marca, sobre o que a empresa faz, se é valiosa ou não para ele”, comemora João Bonetti, diretor comercial da Yara Fertilizantes, vencedora do TopList na categoria Fertilizantes. “Nós temos pesquisas internas para mostrar a satisfação, quanto eles recomendam a marca, mas, quando isso é feito de forma espontânea por uma revista e somos reconhecidos, ficamos orgulhoso, porque quando o produtor está feliz cumprimos nossa missão, que é ajudá-lo a alimentar o mundo de forma sustentável, protegendo o Planeta e por isso que trabalhamos todos os dias na nossa empresa”, complementa.

Trabalhar cada cultura individualmente é uma das estratégias da Yara para garantir sucesso em todas as áreas da agricultura. “Nós temos um projeto bem específico. A gente trabalha as soluções por cultivo. Os principais cultivos do país são relevantes para gente, como soja, milho, algodão, cana, café, mas nós temos uma diretoria

exclusiva para trabalhar só com as culturas de alto valor agregado que são as hortaliças”, explica, acrescentando que estas são lavouras que precisam de produtos ainda mais especiais. “A Yara, desde que chegou ao Brasil, é líder no segmento de hortaliças. A responsabilidade é grande, pois trata-se de um produto que o consumidor come praticamente in natura. Nosso compromisso é desenvolver produtos e nutrientes livres elementos potencialmente nocivos. O consumidor final, quando ele

for adquirir uma alface produzida com nossos fertilizantes, ele vai ter sempre a garantia de um produto com alto nível de qualidade e segurança, que garanta a sua saúde alimentar”.

Satisfeito com as novas conquistas, o diretor comercial faz projeções otimistas com o futuro do agro e das empresas que fazem parte dessa locomotiva. “O mercado brasileiro está se saindo melhor do que o ano passado. Ainda não temos os números oficiais, porque as estatísticas estão um pouco atrasadas, mas estimamos um crescimento expressivo de 5 a 6% no mercado, puxado pelo bom momento das commodities”, avalia, acrescentando que o produtor de soja, milho, trigo, arroz etc “estão com os cultivos muito rentáveis e enxergam na nutrição uma forma de aumentar a produtividade, e isso consequentemente puxou o mercado para cima”.

PENSOU EM NUTRIÇÃO, LEMBROU DA TORTUGA®

A MARCA PREFERIDA DO PRODUTOR!



Uma marca



A Tortuga®, uma marca DSM, foi eleita a preferida dos produtores na categoria sal mineral no **TopList 2020** e o Tour DSM de Confinamento, o melhor programa nutricional para bovinos de corte no **Troféu TopRural 2020**. Isso significa que estamos na cabeça e no coração dos nossos clientes e do mercado. Afinal, os resultados dos produtos da marca Tortuga® falam por si só: são milhares de histórias de sucesso que se repetem todo o ano e é por isso que, quando o produtor pensa em nutrição animal, lembra da marca Tortuga®. O nosso agradecimento a todos os leitores da **Revista Rural** por mais uma vez nos colocar no topo.

0800 11 0 6262

www.tortuga.com.br

f /tortugadsm

@tortuga.dsm

/TortugaDSM

NUTRITION • HEALTH • SUSTAINABLE LIVING



ROBERTO FRANÇA, DIRETO DE AGRONEGÓCIOS DO BRADESCO

Otimismo é grande no setor

O agronegócio no Brasil avançou muito, mesmo com a pandemia, e mostrou o quanto o setor é resiliente. “Em termos de produção agrícola, estamos vendo aí os dados e superando o Plano Safra anterior, a gente tem uma perspectiva de mais de 10% na produção agrícola e isso faz com que a gente aumente os volumes de financiamento que a gente disponibiliza para os nossos clientes”, afirma Roberto França, direto de agronegócios do Bradesco, destaque na categoria Banco Privado. A empresa hoje tem uma carteira bastante robusta do portfólio do agronegócio e atende o custeio, seja o agrícola ou o pecuário. “A gente atende todas as demandas que nossos clientes produtores possuem, seja na compra de máquinas agrícolas, seja na infraestrutura da fazenda com sistemas de irrigação, ou qualquer outro investimento que ele tenha que fazer para melhorar a produtividade”.

Animado com a performance de 2020, o Bradesco não parou e, para continuar crescendo, criou novas alternativas de crédito: “Uma novidade que a gente trouxe e cresceu muito é a operação CPR, que é uma operação mais flexível de ser contratada. Chegamos numa carteira perto de dez bilhões, que é o que torna o Bradesco o maior banco privado, ope-

rando dentro dos títulos do agronegócio. Para nós, (o agronegócio) é um setor estratégico, e o banco continua apostando. Nós temos um time bastante robusto, distribuído pelo Brasil, tentando levar a melhor assessoria para os nossos clientes”.

O diretor garante que em 2021 a instituição vai continuar crescendo em seu portfólio, melhorando processos para poder facilitar a contratação de crédito para o agronegócio. Vai ainda trazer operações de forma digital, que começa e termina dentro de um ambiente digital. “Acho que é a grande aposta que o mercado tem para produtos do agronegócio, para que possa fazer a jornada 100% dentro de uma estrutura digital. Mas a gente continua investindo em conhecimento, treinamento e ampliando nossas plataformas de agronegócio para poder levar sempre o melhor atendimento”, conclui.

Certo de que o agro não parou e só ratificou sua força num ano tão

PAULO PIMENTEL
Gerente de Marketing

CARLOS BREDIA PEREIRA
Gerente de Marketing de Campo

REVISTA RURAL



Ser a marca mais lembrada. É da nossa raça.



A **Linha Pastagem** da Corteva Agriscience está sempre ao seu lado na busca constante por grandes resultados. Por isso, continuamos investindo em novas soluções e tecnologias para o sistema de produção a pasto, que proporcionam ganhos de produtividade de forma equilibrada e sustentável, garantindo o progresso para as próximas gerações. Ter nosso trabalho reconhecido como uma das marcas mais lembradas pelos leitores da Revista Rural é gratificante e reforça que estamos no caminho certo. O compromisso com a pecuária brasileira é da nossa raça.

 pastoextraordinario.com.br

 /CortevaPastoExtraordinario

 /PastoExtraordinario





GUSTAVO NOGUEIRA, GERENTE
DE NEGÓCIOS AGRO DA BELGO

em março e tivemos que no adequar a uma nova forma de trabalho”, conta Gustavo Nogueira, gerente de negócios agro da Belgo, marca preferida dos leitores da Rural na categoria Arames.

De acordo com ele, foi uma mudança completa na interação com o mercado, na relação com o cliente: “Nós passamos primeiro com todas as medidas de segurança, com home-

office imediato de quem não precisaria estar presente na empresa, as ações rápidas de mercado, de despesas, em segurar os funcionários, preservar os empregos. E o mercado do agronegócio rapidamente se recuperou e não sofreu tanto com a crise. Apresentou um consumo surreal e nós conseguimos atender ao consumidor”, acrescenta.

Forte e tradicional no mercado de arames, onde ela é líder e pioneira no segmento, a Belgo tem planos ambiciosos e vem expandindo sua área de atuação no agro cada vez mais. “Nós fornecemos insumos para a fabricação de equipamentos agrícolas. Tudo que você pensar da parte de energia, telefonia, conectividade no meio rural, estamos investindo nisso através de parceiros. O ramo do agro é um ramo muito a frente na questão de tecnologia e está demandando cada vez mais essa evolução”, conta Nogueira,

atípico, em todas as atividades agropecuárias, França aponta o exemplo dos pequenos produtores, que se tornaram ainda mais importantes e fundamentais. “O pequeno produtor se adaptou bem ao cenário da pandemia buscando alternativas para atender a economia como um todo. Normalmente o nosso cliente pequeno produtor está mais ligado à indústria do leite e do hortifrutigranjeiro, responsáveis justamente por aquele produto que chega na mesa de todos nós brasileiros”, afirma, lembrando que este produtor continuou no campo, produzindo.

Desafios superados, esforço recompensado

Ao fazer um balanço de todos os desafios enfrentados nesse ano de pandemia, a maioria das empresas vencedoras do TopList ficaram satisfeitas, e até orgulhosas, com os resultados alcançados. “Este foi um ano bem atípico para gente. Um ano que começou com uma expectativa muito grande e aí veio a pandemia



HÁ 70 ANOS ALINHANDO TRADIÇÃO E INOVAÇÃO
PARA CONSTRUIR, JUNTO COM VOCÊ, UM FUTURO
PRÓSPERO PARA A PECUÁRIA!

Agradecemos aos nossos clientes
e parceiros que nos inspiram a
buscar o melhor em tecnologia
para a pecuária!

TRONCO
CONVENCIONAL
PLUS



(18) 3821 9900 - ☎(18) 98134 - 6067
coimma.com.br





MARIA REIS, GERENTE DE
MARKETING DAIRY & PREMIX PARA
O BRASIL E CONE SUL DA ELANCO

produto da Elanco vencedor em Aditivos Alimentares. "O produto existe no mercado há mais de 45 anos. É a marca referência, mas dentro de um mercado com forte competição dos genéricos. Assim, ver o Rumensin ser reconhecido confirma realmente a superioridade e diferenciais do produto. E para nós, nada é mais valioso que a opinião do nosso consumidor, o produtor rural", afirma Maria Reis, gerente de Marke-

ting Dairy & Premix para o Brasil e Cone Sul da Elanco.

Segundo ela, o Rumensin, embora sendo um produto antigo, é muito consolidado no mercado e com grandes diferenciais. "Dividimos os diferenciais do Rumensin em 3 áreas: diferenciais físicos; diferenciais in vitro; e diferenciais em desempenho. Os aspectos físicos do produto são muito relevantes para uma qualidade de mistura adequada. A granulação do Rumensin permite que ele tenha uma ótima miscibilidade nos produtos finais (núcleos/rações), garantindo boa disponibilidade em todo o suprimento, além de gerar muito menos pó no processo de mistura, o que é crucial para a saúde dos trabalhadores envolvidos".

A recente compra da Bayer, levou para o time da Elanco um outro produto campeão:

garantindo que o foco da empresa é trabalhar em tudo que facilite a vida do homem do campo.

Para isso, a Belgo vem investindo em qualificação dos seus profissionais, indo muito além do conhecimento em torno dos produtos que ela oferece. "Nós temos trabalhado com uma equipe de técnicos do agronegócio, e temos treinado eles em diversos assuntos, não só assunto de cerca, mas que eles possam ser um consultor para o cliente. A nossa ideia é prepará-los para que eles possam falar de todo contexto do agronegócio, do preparo do solo, da gramínea, da pastagem, da alimentação".

Tradição e imagem preservada

Alguns produtos vencedores na pesquisa, desfrutaram de um grande prestígio por parte dos produtores e já eram uma unanimidade antes mesmo da criação do TopList. É o caso, por exemplo, do Rumensin,

QUEM ESCOLHE A
MELHOR GENÉTICA
NUNCA SAI DO



PELA 20ª VEZ CONSECUTIVA

**A CRV LAGOA É A MELHOR EMPRESA
DE INSEMINAÇÃO ARTIFICIAL**

DO PRÊMIO TOP LIST

É com muito orgulho que recebemos,
mais uma vez, o prêmio **TOP LIST** da
Revista Rural, como a melhor empresa
na categoria Inseminação Artificial.

Nossa equipe trabalha de forma dedicada para levar aos nossos parceiros e clientes o melhoramento genético que garante o sucesso dos resultados para o criador e para a pecuária. Esses prêmios, mais uma vez, mostram que estamos no caminho certo e é assim que vamos continuar caminhando, porque o rebanho é grande e a nossa vontade de fazer melhor também.

Bovigam, vencedor há muitos anos na categoria Anti Mastíticos. "Para uma marca que há muito tempo faz parte da Bovinocultura de leite no Brasil, receber este reconhecimento do produtor rural é muito gratificante e para nós da Elanco é o mais valioso", comemora Rodrigo Ferreira, gerente de Marketing para Bovinos - Brasil e Cone Sul da Elanco. Segundo ele, a explicação para o sucesso do Bovigam, há tantos anos no mercado, vai muito além da qualidade do produto: "O grande diferencial do Bovigam não está no produto em si, mas sim na maneira como tratamos a mastite. Entendemos que a mastite não é um problema isolado. A mastite é apenas um indicador de uma série de problemas que podem ocorrer em uma propriedade. Assim, toda vez que a nossa equipe de campo atende uma fazenda, esses profissionais estão preparados técnica-

mente e com ferramentas, que auxiliam a determinar a gravidade da situação e sugerir a melhor solução", explica.

O Bovigam não foi o único grande reforço para o portfólio da Elanco. "A empresa, que já era conhecida em diversas linhas como de Premix com Rumensin e Zimprova, e na linha de Antiparasitários com Acatak e Agita, ganhou fortes marcas como Kinetomax, Baycox e Catosal, entre outras. Vamos entregar ainda mais soluções ajudando o produtor a ter um sistema de produção com foco na saúde, sustentabilidade e rentabilidade", conta Ferreira.

Sacola cheia de conquistas

Outra empresa que sai do TopList deste ano com um bom volume de produtos de destaque é a Boehringer Ingelheim. Além de um prêmio especial pelos 40 anos de sucesso do Ivomec, a companhia se destacou nas categorias Vacinas para Aftosa (Aftobov), Vacinas contra BVD (Bovela) e Vermífugos para Eqüinos (Eqvalan).

O minucioso trabalho de marketing em torno destes produtos foi também a chave do seu sucesso no mercado. Campanhas como o lançamento de Bovela, por exemplo, trouxeram à tona discussões sobre a Diarreia Viral Bovina, a ameaça que ela representa a



RODRIGO FERREIRA, GERENTE DE
MARKETING PARA BOVINOS - BRASIL
E CONE SUL DA ELANCO

ROULBER SILVA, GERENTE
TÉCNICO DE GRANDES ANIMAIS DA
BOEHRINGER INGELHEIM

produtividade, o prejuízo que causa e ainda a importância de se prevenir e combater o problema. "A BVD é muito mais uma doença produtiva, porque tem influência na fertilidade das fêmeas, mas também na imunidade do rebanho, sendo uma doença imunossupressora", explica Roulber Silva, gerente técnico de grandes animais da Boehringer Ingelheim.

Ele esclarece que essa doença, até alguns anos atrás, era pouco conhecida: "Hoje já vemos um grande movimento sobre a importância dessa doença, que causa grandes prejuízos, é considerada uma das mais importantes pros rebanhos bovinos. A Boehringer trouxe a bandeira de combater a BVD, de tentar erradicar a doença dentro do rebanhos, para que através da sanidade e do bem-estar animal, você trazer produtividade para o produtor", afirma Silva, contando sobre um trabalho recente, feito pela empresa na Europa, chamado Advance, no qual foi avaliado o impacto da BVD onde ela está endêmica. "O impacto é gigantesco. Chega a 1,8 litro por dia nas vacas que não são vacinadas com Bovela. Então, esse é um dado impactante quando você chega no final da lactação e vai fazer a conta".

Outro destaque da Boehringer, o Eqvalan, é outro produto que está há muito tempo no mercado e só ganha cada dia mais a preferência dos criadores. "A marca Eqvalan é muito antiga, tão antiga quanto o Ivomec. Para falar a verdade, a primeira ivermectina lançada no mercado para uso em



animais foi Eqvalan, e vem como preferência na cabeça do nosso consumidor. E esse consumidor, ele é o apaixonado pelo cavalo, tanto lá na fazenda, na propriedade, que são aqueles do cavalo de trabalho, da equipe da fazenda que cuida dos cavalos, assim como nos haras".

Os princípios da empresa, de acordo com Roulber, são pilares que ajudam a sedimentar o status de sua linha de produtos. "A Boehringer tem um lado muito importante dentro do nosso trabalho do dia a dia, e isso não é só no Brasil. É reconhecido fora do País também. O primeiro é o bem-estar animal, que está no DNA da Boehringer. Estamos sempre atentos a questão de segurança do rebanho e da fazenda, segurança das pessoas que trabalham na fazenda, e, atrelado a isso a sanidade do animal, a saúde do rebanho, que está intimamente ligado a segurança alimentar também, a se produzir bons produtos de origem animal".



PAULO PIMENTEL, LÍDER DE
MARKETING DA LINHA PASTAGEM
DA CORTEVA AGRISCIENCE

Desafio constante

Atender a todas as necessidades do cliente exige muita pesquisa e conhecimento da realidade que o produtor rural encontra dentro da porteira. "Quando a gente estruturou nosso portfólio, os ganhos de produtividade ao pecuarista, sempre foram o nosso foco. A oferta de produtos, a tecnologia Ultra-S e a XT são fun-

damentais, porque o pecuarista tem os problemas na fazenda e precisa resolver, e não é só um produto vai fazer isso, porque vários fatores podem comprometer a produtividade do pasto dele. Acho que essa é marca mais importante da empresa. Ela sempre teve o compromisso de fazer a produtividade acontecer, em trazer o portfólio atrelado a um serviço, a estar junto com o cliente. Muitas vezes, os pecuaristas não estão na fazenda, são pessoas que tem negócios na cidade e vão para a propriedade em alguns momentos. Assim, esse acompanhamento do dia-a-dia no campo, é vital para que consigamos aumentar os índices de produtividade no Brasil, em produção a pasto", sentencia Paulo Pimentel, Líder de marketing da linha pastagem da Corteva Agriscience.

Consciência coletiva

Estes tópicos, hoje, tem norteados a grande maioria das empresas que atuam no setor. "Todos os nossos produtos respeitam a sociedade, o bem-estar animal e respeitam o meio ambiente. São produtos que não deixam resíduos na carne ou no leite. O Crina, por exemplo, é um aditivo, é um ingrediente que substitui com inúmeras vantagens o uso de antibióticos. Então nós retiramos os antibióticos da ração, uma vez que muitos consumidores hoje estão exigindo carnes livres de hormônios, antibióticos, entre outros e isso é uma exigência tanto do mercado interno, quanto do mercado externo, assim como carnes provenientes de fazendas rastreadas, com certificado de origem", explica Marcos Baruselli, gerente de categoria Confinamento da área de Ruminantes da DSM. A marca Tortuga, pertencente a DSM, é a vencedora na categoria Suplementação Mineral desde a criação da pesquisa.

Ele conta que vem muita novidade por aí: “Estão chegando uma série de novos produtos, mais específicos, que vão ser mais eficientes em algumas plantas daninhas. Isso é uma ferramenta muito importante para o pecuarista brasileiro alcançar melhores índices de produtividade, além de outros serviços que a Corteva passa a oferecer, como por exemplo, o projeto piloto de aplicação via drone, que chama AplicAr-S, que está dentro da Plataforma-S, nossa plataforma de sustentabilidade”.

De acordo com Pimentel, a localização das pastagens dificulta o acesso, e levar a tecnologia para melhorar aquele pasto se torna um desafio a mais. “O AplicAr-S é uma espetacular ferramenta para que o pecuarista consiga fazer a tecnologia acontecer em áreas que ele não teria como. O drone, porém, vai lá e faz a aplicação”.

Inovação é sempre o caminho

Historicamente uma das empresas de maior destaque na pesquisa da Revista Rural, a Zoetis também na busca constante de novas soluções. “Acreditamos fortemente na inovação associada à produtividade. O produtor busca produtos e soluções de vanguarda, de alta tecnologia, que contribuam de forma eficaz e comprovada para a sua operação”, afirma Pablo Paiva,

PABLO PAIVA, GERENTE DE
PRODUTOS DE BOVINOS DA ZOETIS

Gerente de Produtos de Bovinos da Zoetis, acrescentando que a empresa tem uma equipe global e investimentos superiores a 450 milhões de dólares em pesquisa e desenvolvimento, dedicados a buscar as melhores oportunidades de saúde e bem-estar animal.

Paiva alerta, entretanto, que “um portfólio amplo e sofisticado não é suficiente. Ele é complementado por um time de campo altamente qualificado, que atua em todo o Brasil e tem a capacidade e a experiência necessárias para oferecer o melhor apoio, visando ao sucesso da produção em cada fazenda”.



A MELHOR TECNOLOGIA EM SEMENTES PARA PASTAGEM

é top!

MAIOR
UNIFORMIDADE
NA **GERMINAÇÃO**

SEMENTES COM
99% DE PUREZA

ESCARIFICADAS
QUIMICAMENTE

SEMENTES LIVRES
DE **NEMATÓIDES**

(*Heterodera*,
Meloidogyne sp.,
Pratylenchus sp.)

SEMENTES
REVESTIDAS COM
ORGANOMINERAIS

TRATADAS COM
FUNGICIDA

TRATADAS COM
POLÍMERO

TRATADAS COM
INSETICIDA
(Opcional)



REVISTA
RURAL

RURAL
toplist
2020

PELO 18º ANO CONSECUTIVO A **MATSUDA** É A EMPRESA MAIS LEMBRADA
PELO PRODUTOR RURAL NA **CATEGORIA DE SEMENTES DE PASTAGENS** E
PELO TERCEIRO ANO RECEBE O PRÊMIO NA **CATEGORIA ILPF.**

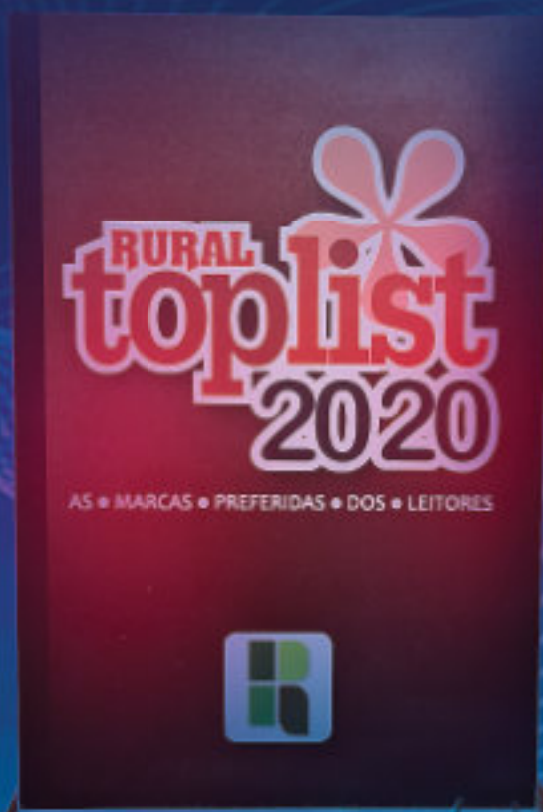
SEMENTES
PARA
PASTAGENS

47%



INTEGRAÇÃO
LAVOURA-PECUÁRIA
FLORESTA

23%



DESIGN



MATSUDA®
Quem usa não muda. **MATSUDA.**

Só fazer bons produtos não basta

Ações de marketing e de suporte técnico são hoje fundamentais para o sucesso dos produtos no mercado. Atentas a isso, as empresas do setor vem se superando a cada dia, trazendo novas idéias e contribuindo para o desenvolvimento da atividade.

O Top Rural é uma ação de reconhecimento da Revista Rural às melhores e mais efetivas ações de marketing e disseminação de tecnologia realizadas pelas principais empresas que atuam no agronegócio. O prêmio também reconhece a contribuição destas ações para

o aumento da produtividade e eficiência das atividades agrícola e pecuária. A festa de premiação acontecia, tradicionalmente, no final do ano, junto com a cerimônia do TOP LIST RURAL. Este ano, entretanto, ela vai ser realizada em janeiro, ainda em formato virtual. “Estamos tor-



HUMBERTO MOURA, GERENTE DE PRODUTOS DE GRANDES ANIMAIS DA VETOQUINOL: "O PROGRAMA VETOQUINOL RESOLVE SURTIU DE UMA GRANDIOSA PESQUISA, REALIZADA EM TODO BRASIL, NA QUAL BUSCAMOS ENTENDER QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS DESAFIOS QUE O PECUARISTA BRASILEIRO ENFRENTA".



cendo para que essa fase difícil passe logo e a gente possa se ver ao vivo de novo", aposta a diretora comercial da Revista Rural Ana Carolina Domingues.

Ao todo, foram conferidas premiações do TOP RURAL em 16 categorias. Uma delas, vencida pela Vetoquinol, foi a de "Melhor Programa de Controle Sanitário em Corte e Leite" com o Programa "Vetoquinol Resolve". De acordo com a diretora da Rural, "pesou para essa escolha a ampla abrangência do programa, que atinge todas as principais atividades da bovinocultura, e o vasto portfólio de produtos oferecido pela empresa". Vale destacar também os serviços de acompanhamento, capacitação e treinamento de profissionais, e o suporte técnico para garantir melhores resultados tanto na solução de problemas sanitários como na busca de produtividade, através de programas específicos como o "Descarte Zero" no leite e o "Arroba Forte" no corte.

Um pacote completo

"O Vetoquinol Resolve surgiu de uma grandiosa pesquisa, realizada em todo Brasil, na qual buscamos entender quais são os principais desafios que o pecuarista brasileiro enfrenta", explica Humberto Moura, gerente de produtos de grandes animais da empresa. Ele garante que a "Vetoquinol consegue atender e resolver todos os principais problemas sanitários dos bovinos de corte e de leite, e com isso fazer com que o pecuarista brasileiro possa ter melhores ganhos em produtividade e lucratividade". Totalmente focado no controle sanitário do rebanho, o programa apresenta protocolos tanto para controle de carrapatos, vermes e mosca do chifre, como para as principais infecções, como a mastite, problema de casco, pneumonia, diarreia etc, e com menores períodos de carência, tanto para o abate, quanto para o leite.

Com isso, Moura afirma ainda que o programa tem papel importante na segurança alimentar. "Oferecemos

produtos com baixo período de reserva ou até com carência zero, o que permite o uso consciente dos medicamentos e garante a produção de carne e leite seguras para o consumo”.

Um grande time, em qualidade e quantidade

Segundo o gerente da empresa, de origem francesa, o programa conta hoje com mais de 100 profissionais, entre representantes comerciais, coordenadores de demanda, coordenadores técnicos e promotores de venda, fazendo todo suporte, desde o pecuarista de corte e leite, em suas diferentes linhas de produção e também atendendo as necessidades dos revendedores, realizando treinamento e capacitação dos funcionários das lojas parceiras e também dos funcionários rurais nas fazendas dos clientes.

Essa estrutura depende diretamente da capacitação de todos os profissionais envolvidos, e num acompanhamento mais próximo do cliente, para conhecê-lo melhor a atender exatamente às suas necessidades.

“A equipe precisa evoluir constantemente para atender as necessidades da fazenda, no bem-estar, uso consciente de produtos, aplicar conceitos de manejo racional etc. Além disso contamos com o OPG, para que a gente possa entender o nível parasitário de verminose nas propriedades, para resolver completamente os problemas sanitários”, garante.

Importante base de dados

Outro programa premiado pela Revista Rural, o Tour DSM de Confinamento já existe há algum tempo e vem coletando informações importantes sobre a prática de confinamento no país, servindo de parâmetro para avaliar a viabilidade econômica desta prática na terminação dos animais. “O Tour DSM de confinamento surgiu da ideia de difundir



MARCOS BARUSELLI, GERENTE DE CATEGORIA CONFINAMENTO DA ÁREA DE RUMINANTES DA DSM

modelos de produção de bovino de corte confinados, utilizando as tecnologias da Tortuga. Assim, todas as etapas do tour trabalham com os produtos tecnológicos da DSM que compõe a linha *Crina*, *Crina RumiStar* e *Crina RumiStar Hy-D*” explica Marcos Baruselli, gerente de categoria Confinamento da área de Ruminantes da DSM.

Ele conta que o tour foi idealizado sete anos atrás para mostrar para os produtores rurais como que é possível obter elevados resultados zootécnicos, associados a elevadas rentabilidades na atividade de confinar bovinos de corte.

Da concepção até a edição deste ano já foram 50 etapas por todo Brasil, ou seja, 50 dias de campo, onde se reúnem produtores rurais. “Já tivemos mais de cinco mil produtores rurais, para mostrar os resultados zootécnicos e financeiros desse modelo de produção”, calcula Baruselli. O técnico acredita que o confinamento é uma prática que tem funci-

**CAMPEÃO 2020**
TROFÉU TOP RURAL
NA CATEGORIA

MELHOR PROGRAMA DE CONTROLE SANITÁRIO DE CORTE E LEITE.

NOSSO OBJETIVO É

levar soluções e serviços inovadores para o campo e parceiros revendedores, para auxiliar o pecuarista a resolver os principais problemas sanitários dos rebanhos, gerando mais lucro com a atividade, assim assegurando a saúde dos animais para evolução de produtividade e produção de carne e leite mais seguros para o consumo.



SANIDADE ANIMAL

Soluções e serviços inovadores para resolver os problemas sanitários dos rebanhos de corte e leite.



PRODUTIVIDADE

Animais com melhor manejo sanitário são mais saudáveis e produtivos.



USO CONSCIENTE DE PRODUTOS

Evolução na capacitação e treinamentos dos profissionais e funcionários rurais.



onado muito bem, na pecuária de corte brasileira e o dia de campo é um modelo eficiente de propagação de tecnologia. "O tour tem cumprido com o seu objetivo e propagado as tecnologias da DSM", garante.

"Já avaliamos 150 mil bovinos, nessas 50 etapas do tour. O ganho médio de peso diário está em 1,7 kg por boi/dia e a produção de arrobas em 7,5 arrobas por boi confinado por período, que tem ficado em média 95 dias".

A rentabilidade chama a atenção. Na média, até o ano passado, a taxa de retorno girava em 3,1% de lucro ao mês. "São taxas de retorno elevadas e desempenho zootécnico elevado, porque está se produzindo muita arroba num período curto, e o ganho de peso também tem sido elevado", conclui.

Com o programa, ganham os pecuaristas, e também ganha a empre-

sa: "O tour traz uma expertise muito grande em avaliar a campo o que está acontecendo nas fazendas de pecuária de corte. Sabemos que o Brasil confina hoje mais de 6 milhões de bois por ano e a DSM, de olho nesse mercado, buscou realizar o tour para mostrar ao produtor que é possível produzir mais intensificando a pecuária".

O sucesso dos eventos virtuais

Num ano em que todo mundo teve que recorrer ao digital para continuar se comunicando com os clientes, a Syngenta saiu bem a frente e foi a primeira a realizar uma feira virtual com sucesso. Seu evento, a "Feira Virtual 360º", mereceu o Top Rural como "Melhor Evento Digital no Agronegócio". A proposta da empresa, de dar ao internauta a sensação de estar visitando uma feira de ver-

NASCIDO NO CAMPO, MOLDADO PARA O SUCESSO E VENCEDOR DO TOURO DE OURO.

Ivomec foi eleito o melhor vermífugo na 12ª edição do prêmio Touro de Ouro no ano de 2020, um reconhecimento que chega para coroar o que, há mais de 40 anos, os pecuaristas, veterinários e profissionais do campo sabem na prática. A qualidade superior e o alto grau de pureza da ivermectina que faz a diferença na saúde dos rebanhos do Brasil e do mundo.



ivomec.
MOLDADO PARA O SEU SUCESSO.

gadoivomecado.com.br
@ivomecoriginal



A PROPOSTA DA SYNGENTA COM A FEIRA VIRTUAL 360°, DE DAR AO INTERNAUTA A SENSÇÃO DE ESTAR VISITANDO UMA FEIRA DE VERDADE, FOI BEM SUCEDIDA, E SERVIU DE MODELO PARA VÁRIOS OUTROS EVENTOS DO ANO.

dade, foi bem sucedida, e serviu de modelo para vários outros eventos do ano. "Nós havíamos planejado a feira virtual antes da pandemia. Gravamos as imagens na Expodireto, porque queríamos trazer uma maneira diferente para aqueles que não conseguem ir as grandes feiras do Brasil. E a pandemia acabou contribuindo, fazendo com que a ferramenta substituísse rapidamente todos os eventos presenciais", explica Renata Moya, gerente de comunicação mercadológica da Syngenta.

Assumindo uma função bem maior do que a prevista inicialmente, a Feira Virtual 360° agradou aos participantes e aos idealizadores. "O resultado foi muito bacana, porque tivemos uma penetração muito boa por todo o Brasil. Assim, em 2021, com a confirmação das vacinas e a vida voltando

ao normal, acreditamos que haverá um modelo híbrido a partir de agora. Os eventos presenciais voltam com tudo, mas continuarão complementados pelos eventos virtuais", projeta Moya.

A gerente da Syngenta acredita que, pela necessidade, houve um uso muito grande das novas ferramentas, o que acabou saturando um pouco alguns formatos. "Devido as restrições impostas pela Covid-19, houve uma saturação desse formato de evento. Várias empresas promovendo ao mesmo tempo. O número de lives, que foi impactante no início, agora já vem reduzindo".

Cortando o Brasil

Outro projeto de grande destaque, e que mereceu o Top Rural este ano, foi o "Circuito Carga Pesada", pro-



CARLOS GODOY, GERENTE DE
MARKETING DA BIOGÉNESIS BAGÓ

movido pela Biogénesis Bagó. "O projeto foi uma ação promocional da nossa empresa, falando com o pecuarista no que ele espera de melhor, no que é a moeda da pecuária, que são os bezerros. Nós criamos um sistema do tipo "compre e concorra", onde o maior prêmio é uma carga pesada, com 36 bezerros já tratados com os produtos que englobam o nosso portfólio", explica Carlos Godoy, gerente de marketing da Biogénesis Bagó.

Atravessando o país, o programa percorreu cerca de 18 mil quilômetros este ano, levando extensão rural ao produtor brasileiro. Ao longo dos 70 dias em que rodou o país, a ação não teve apenas um tom promocional, mas também de conscientização e impulsionamento do setor, além da capacitação dos produtores. "A olho nu, você enxerga só uma ação promocional. Mas tem muito mais coisa





por trás de tudo isso. Desenvolvemos um projeto itinerante, que rodou todo Brasil e onde tivemos a oportunidade de conversar com o pecuarista de todas as regiões”, avalia Godoy.

Ele afirma ainda que a Biogénesis levanta muito forte a bandeira de que pode cada vez mais contribuir, através de programas e projetos, ações e ferramentas que incentivem o uso de produtos mais tecnológicos. “A partir daí, podemos fazer uma mensuração dos resultados, seja na cria, na recria, acabamento ou engorda, de uma maneira que possamos cada vez mais ter um produto final de qualidade, padronizado, bem acabado, que não atenda apenas o mercado interno, mas também o mercado externo”.

Embora a pecuária do país venha apresentando enorme saltos em

desenvolvimento, a carência pelo trabalho de extensão rural ainda é muito grande. “O governo peca muito ainda em promover extensão rural e a maioria das empresas de sanidade, de nutrição e genética trabalham muito fortemente nisso”.

É através de projetos como o “Carga Pesada”, ou o “Na Estrada”, que a empresa, de origem argentina, vem se “abrasileirando” cada vez mais, e personalização no atendimento ao cliente ajuda nessa grande troca de experiências. “Muitos dos nossos clientes mal conseguiam falar o nosso nome. Nós conseguimos, através de uma série de ferramentas, programas e projetos, realmente “abrasileirar” a nossa empresa, trazendo a Biogénesis Bagó para o mundo da pecuária brasileira”, conta.



Mais carne e de melhor qualidade

A Phibro é uma das idealizadoras do PEC - Programa de Eficiência de Carcaça, premiado no Top Rural deste ano como o “Melhor Programa de Ganho de Produtividade em Pecuária”. O sucesso que o projeto vem obtendo traz bastantes frutos a empresa. “Temos grandes ganhos. Conseguimos disseminar as nossas tecnologias através do Frigorífico Minerva, que tem um grande número de pecuaristas cadastrados. Essa é uma forma de mostrar para o produtor o que existe hoje disponível no mercado. E aqueles que se cadastraram, entendemos que estão ávidos por informação e querem saber como produzir um boi de melhor qualidade”, explica Maurício Graziani, pre-





sidente da Phibro no Brasil.

Ele conta que o PEC é um programa de avaliação, com duração de seis meses, que começa em março e vai até agosto. "Este é um período pré-confinamento, um período onde existe uma barriga em termos de performance, falando em acabamento de gordura e peso. O foco principal do programa é garantir uniformidade, para que não haja tanta variação em termos de padrão dos animais e produtividade ao longo do ano, o que pode afetar a oferta e o equilíbrio do mercado".

Graziani tem bem claro em sua mente qual é a principal colaboração que a Phibro tem a oferecer a pecuária de corte atual: "A questão da suplementação é algo que deixa ainda muito a desejar. Seja em fóruns que a gente participava, seja

nas reuniões de associações ou bate papo com os clientes, a gente percebe que a suplementação é um grande gargalo que existe hoje no Brasil. Você tem sal mineral pronto para uso, mas você tem também produtos energéticos, proteicos, uma gama de opções para poder oferecer". O presidente da empresa conta que, dados da Asbram mostram que apenas a metade dos bovinos são suplementados. "Então, temos metade do mercado para trabalhar ainda", conclui.

Outros dados mostram que os produtores, pela falta de informação, acabam reduzindo os investimentos, com medo de comprometer a sua lucratividade, o que é um erro. O PEC, de acordo com Graziani, comprova que, para o pecuarista entregar animais de melhor qualidade, não basta só uma exce-

lente genética. Ele tem possibilidades de alavancar seus números contando com uma suplementação estrategicamente elaborada, com alta tecnologia.

Além do PEC, a Phibro tem outros importantes programas em andamento. Um deles é a "pecuariaeficiente.com.br", site onde o produtor tem acesso livremente de como poder trabalhar o V-Max da melhor maneira possível. "Entendemos que não existe um modelo padrão de produção. Você tem pecuaristas com cria, recria, terminação, confinamento, etc. Então, ele permite trabalhar respeitando diferentes modelos de produção", explica. A empresa conta também com a "Pecuária do Conhecimento", que é um trabalho junto da APTA onde, em dois dias, entre teoria e prática, se fala sobre como produzir um boi de 21 arrobas em 24 meses. "E vamos trazer mais uma novidade. Estamos elaborando, dentro desses conceitos, o Combat Heat Stress, que é um app para que as pessoas possam entender o impacto que o estresse térmico pode causar aos animais", conta.

Um exemplo a ser seguido

O Top Rural deste ano decidiu fazer uma justa homenagem (in memoriam) a uma grande figura do setor: o empresário Jorge Matsuda, falecido no início deste ano, e que comandou a companhia que leva seu sobrenome

me por quase cinco décadas. A premiação, segundo o diretor da Revista Rural Flávio Albim é "um reconhecimento a sua inestimável contribuição para o agronegócio brasileiro".

Poucos empreendedores do setor foram tão inspiradores para o agro como Jorge Matsuda. Além de transformar a sua empresa em uma gigante multinacional, presente hoje em 21 países, ele também mudou paradigmas, mostrou a importância de se buscar constantemente a melhoria dos produtos através de pesquisa e, o que era sua marca registrada (e que hoje se reflete na

personalidade da companhia): sempre andou muito próximo ao pecuarista, falando a sua linguagem, com ouvidos atentos para saber exatamente quais eram as suas necessidades e expectativas.



Não é atoa que a Matsuda, na pesquisa Top Brands Quality, realizada pela Revista Rural este ano, alcançou as melhores avaliações justamente em “Simpatia”, “Comunicação com o Cliente” e “Investimento em Pesquisa”.

Jorge sempre foi ávido por novas descobertas. Desde sua entrada na empresa, na década de 70, buscou parcerias com importantes órgãos de pesquisa, como o Instituto de Zootecnia de Nova Odessa, Embrapa, IAC e IAPAR.

Hoje, a Matsuda exibe com orgulho seu departamento de pesquisa e desenvolvimento de novos produtos, entre eles, variedades de capim de alta produtividade e desempenho, com resultados comprovados e atestados por pecuaristas de corte e leite de todo o país. Os investimentos da empresa no desenvolvimento tecnológico é expressivo.

A visão voltada para o futuro e o desejo constante de expandir o alcance da Matsuda, levou o em-

presário a sedimentar este caminho com importantes parcerias, como a que fez na década de 90 com o Grupo Cerise, que permitiu acelerar o crescimento da companhia e inaugurar diversas unidades fabris pelo país, conquistando novos mercados em todas as regiões.

Nesse processo, a Matsuda entrou em outros setores com protagonismo, e hoje já tem uma atuação de destaque também em suplementação mineral, saúde animal, pet, fontes alternativas de energia e até máquinas agrícolas.

Mas não foi apenas o seu tino comercial e visão de negócio que fez dele uma figura tão emblemática no setor. Jorge sempre fez questão de dividir generosamente com todos que o cercavam, seus princípios e filosofia de vida. Além disso, fazia questão de dar o exemplo, e era sempre o primeiro a acordar e o último a ir dormir, não importando se o assunto fosse trabalho ou lazer.





Um começo quase do zero

Quando Jorge entrou na companhia, em meados de 1970, o Grupo Matsuda ainda era a Cerealista Matsuda Ltda, com apenas uma unidade, em Álvares Machado/SP. Naquele época, a pecuária ainda era uma atividade que estava dando seus primeiros passos.

E o início da virada também começou de um modo quase incipiente. Jorge recolhia ramos de sementes de capim à beira das estradas e

as submetia à pesquisa e cruzamentos genéticos, dando origem a uma variadíssima cartela de sementes forrageiras que seriam usadas para transformar os cerrados brasileiros, na região Centro-Oeste, numa das terras mais ricas e maiores produtoras de bovinos para corte e leite.

Formado em Economia e Administração, com MBA em agronegócio pela FGV – Fundação Getúlio Vargas, Jorge Matsuda mudou a paisagem brasileira ao transformar capim em ouro.

Não foi apenas o seu tino comercial e visão de negócio que fez de Jorge Matsuda uma figura tão emblemática no setor. Ele sempre fez questão de dividir generosamente sua filosofia de vida.

Quatro décadas de sucesso

O Top Rural, tradicionalmente, todos os anos homenageia um produto, seja pelo sucesso dele no mercado ou também pela longevidade. Este ano, as duas características servem para o vencedor. Há 40 anos Ivomec, da Boehringer Ingelheim tem buscado dar tranquilidade a quem o utiliza. “Ele ajuda no controle estratégico de parasitologia, combatendo os principais parasitas internos e externos dos bovinos”, declara Fernanda Veleda, gerente de produto da área de grandes animais da companhia.

O medicamento, comercializado para mais de 120 países, é produzido em sua totalidade na fábrica da Boehringer localizada na região de Paulínea, interior do Estado de São Paulo. A fim de que todas as nações recebam o mesmo padrão de qualidade, o produto passa por diversos controles rígidos. “São testes diários de eficácia e estabilidade, até passar pela matéria-prima. Nosso princípio ativo é a ivermectina, que recebe testes desde quando compramos, até chegar em nossa fábrica”, explica.



FERNANDA VELEDA, GERENTE
DE PRODUTO DA ÁREA DE
GRANDES ANIMAIS DA
BOEHRINGER INGELHEIM.



Com consistência como palavra-chave, toda a preparação e benefício que Ivomec traz à saúde animal, é motivo de empenho diário por parte do time da marca. “Nos tornamos referência nesse tipo de classe terapêutica. Nos dá orgulho saber que ele sai do Brasil e é relevante ao redor do mundo”, diz.

Durante toda a sua vida, o Ivomec não teve sua fórmula alterada, mesmo que, segundo Fernanda, tenham surgido players com menor custo no mercado. “Mantemos nosso lugar frente aos pecuaristas justamente por não mexermos no padrão de qualidade durante todas essas décadas”, comenta. Além dos benefícios que o produto oferece, Velela diz que a tradição de Ivomec traz um vínculo emocional com os clientes. “Os jovens que estão assumindo as propriedades sabem que o avô

usava, que o pai usa e que ele pode confiar e continuar usando. É a partir desta conexão que temos que nos apresentar em termos de atributo de produto”.

Para firmar o medicamento com a nova geração e não ficar apenas no tradicionalismo, a Boehringer acredita na comunicação digital, cada vez mais difundida pelos campos do País. “Hoje os pecuaristas estão conectados, o que ajuda a disseminação e presença que temos em nossas mídias sociais para mostrarmos nosso serviço e falar do nosso valor de marca”, diz. Informação e conscientização, isso tudo respinga nas campanhas de comunicação da marca e no que a empresa vai apresentar como conteúdo. “É o nosso papel, temos obrigação de disseminar informação fidedigna e de qualidade para os nossos parceiros e futuros parceiros”.





Padrão garantido desde o plantio

A qualidade tem papel importante para uma
cafeicultura economicamente rentável

Texto: Kaio Dias ● Fotos: Divulgação



Os principais objetivos dos cafeicultores, de maneira geral, são a alta produtividade e safras com características superiores para oferecer um grão de qualidade que aproxime compradores do mercado nacional e internacional. Produzido por mais de 75 países, o café é uma planta exigente, em que os nutrientes desempenham um papel crítico na obtenção de rendimentos e qualidade da bebida. Apesar de ser considerada uma cultura de risco pela propensão à variabilidade do clima e pela susceptibilidade a pragas e doenças, o café conquistou o mundo.

Nesse contexto, é fundamental, em adição à nutrição equilibrada, que o manejo da lavoura seja bem feito com podas, controle de pragas, doenças e ervas daninhas, sempre tendo em vista os pilares social, ambiental e econômico. Além disso, uma maturação uniforme é essencial para obtenção de mais frutos de qualidade no momento da colheita. Destaca-se que, para fornecer a nutrição de forma equilibrada, deve-se observar todos os nutrientes, tanto na análise de solo e folhas e, fornecer aqueles faltantes de acordo com a demanda da planta e nos momentos de "picos", quan-

É fundamental, em adição à nutrição equilibrada do cafezal, que o manejo da lavoura seja bem Feito. Isso inclui as podas, controle de pragas, doenças e ervas daninhas.

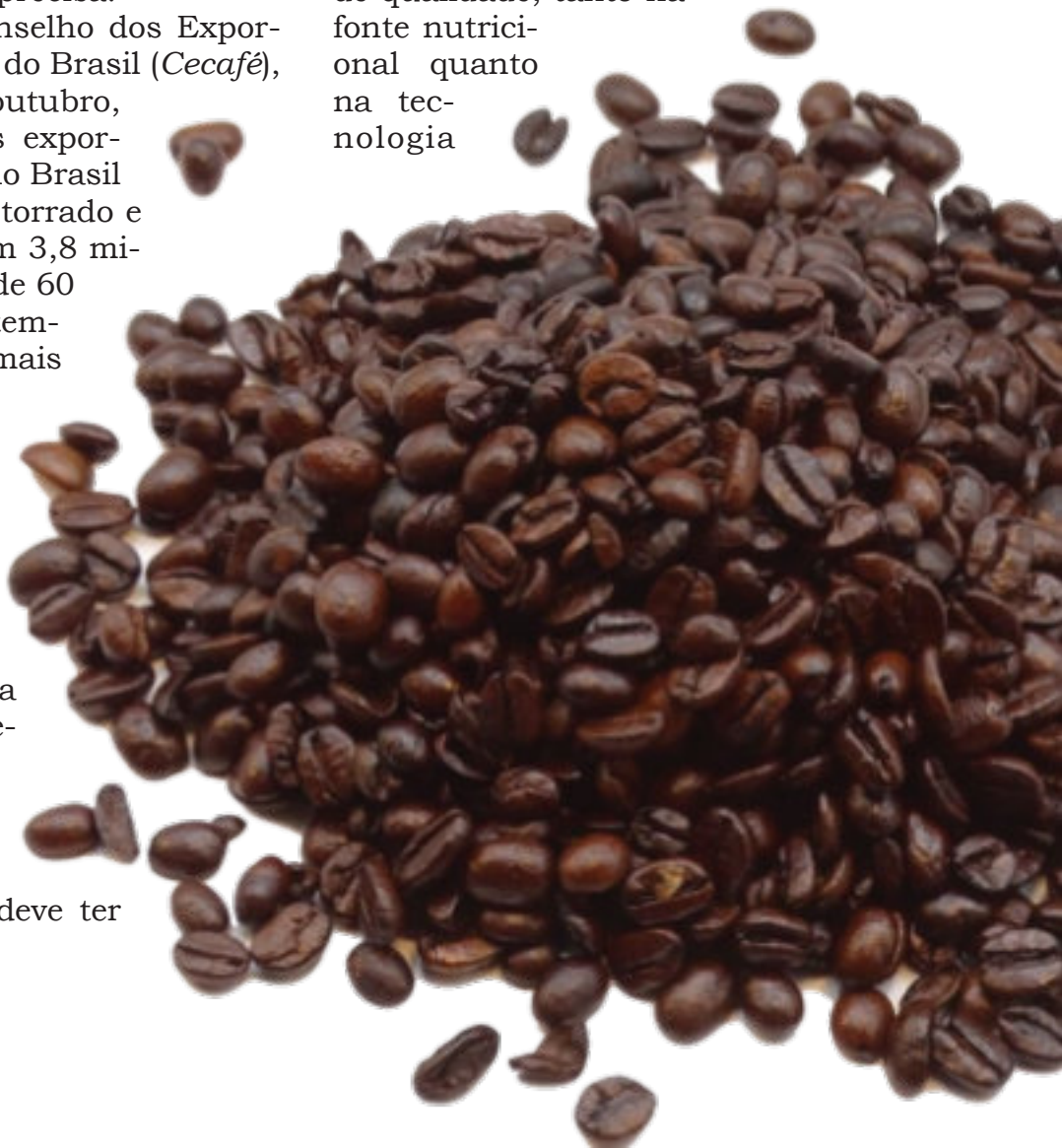
do a planta mais precisa de determinados nutrientes. Usualmente os produtores se preocupam em fornecer nitrogênio, fósforo e potássio e muitas vezes se esquecem dos outros nutrientes como: cálcio, magnésio, enxofre, boro e zinco. Um fertilizante para levar o equilíbrio essencial à lavoura deve entregar todos os nutrientes de forma solúvel e na proporção que àquela lavoura precisa.

Dados do Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (*Cecafê*), divulgados em outubro, revelam que as exportações de café no Brasil (verde, solúvel, torrado e moído) somaram 3,8 milhões de sacas de 60 quilos em setembro, 8,6% a mais que um ano antes, e maior volume registrado no mesmo período.

Para manter o ritmo, é necessário um esforço para continuar elevando o padrão de qualidade do grão. A planta colhida na lavoura deve ter

todos os nutrientes de maneira equilibrada e no momento adequado e, para isso, é vital escolher programas nutricionais que atendam às necessidades e agreguem qualidade ao produto final, o que resultará também em aumento da produtividade da lavoura.

Dentre os fertilizantes disponíveis no mercado existem diversas opções e com grandes diferenças de qualidade, tanto na fonte nutricional quanto na tecnologia





O que o agricultor deve ter sempre em mente, acima de tudo, é que, para atingir os atraentes mercados diferenciados, o seu café deve atender às fortes exigências dele.

aplicada, uma vez que eles promovem melhor eficiência no fornecimento dos nutrientes ao longo do ciclo da cultura. Com relação ao nitrogênio, por exemplo, existem alternativas que são prontamente assimiláveis com o nitrato e amoniacal.

Dessa maneira, há uma rápida resposta das plantas à fertilização e um fornecimento sustentável do elemento com menores riscos de perdas. O que o agricultor deve ter em mente, acima de tudo, é que, para atingir mercados diferenciados, o seu café deve atender as expectativas do mercado e para isso é necessário um cuidado especial com a lavoura desde a adubação até a colheita e, além disso, cuidado especial com o café após a colheita.

Para que a nutrição seja de fato eficiente e equilibrada, quatro pilares devem ser minimamente observados: local correto (onde



aplicar o fertilizante), época (quando aplicar), fonte (o que aplicar) e quantidade certas (quanto aplicar). Por isso, é importante reforçar que a análise de solo é essencial para se responder de forma mais assertiva essas questões. Fique atento às necessidades da planta e mantenha sempre o equilíbrio no uso de nutrientes, pois são esses suprimentos que trarão os resultados esperados.

**Kaio Dias é Engenheiro Agrônomo e Doutor em Ciência do Solo pela Universidade Federal de Lavras e especialista em café na Yara Brasil.*

Fique atento a todas as necessidades da planta e mantenha sempre o equilíbrio no uso de nutrientes, pois são esses suprimentos que trarão os resultados esperados.

O olho do dono agora é on-line

Comprar gado por foto ou vídeo hoje já é uma prática comum. Alguns detalhes podem ajudar a escolher os animais com menor risco de erro.





Será cada vez mais comum ao pecuarista comprar touros Nelore com base em fotos e vídeos, seja nos anúncios da Internet ou nos leilões virtuais, que, durante a pandemia, aumentaram participação no calendário vertiginosamente.

Isso ainda é novidade para muitas pessoas, por isso nada melhor do que estar bem informado e, assim, identificar as melhores oportunidades de negócio. A web, por exemplo, é um ambiente mais arriscado, pois nela há de tudo, de reprodutores com alta consistência genética a boi tucura sendo repassado como touro.

Já os leilões virtuais são organizados e possuem equipe especializada, além de contar com assessores técnicos responsáveis por fornecer mais informações sobre os lotes à venda. Porém, atire a primeira pedra quem nunca deixou escapar um bom lance até mesmo em

leilões presenciais. Se o recinto já era um “campo de batalha”, imagine disputar com milhares de outras pessoas plugadas em seus monitores. Em meio à intensa disputa, uma tática recorrida pelos produtores é confiar a escolha dos reprodutores aos pisteiros.

Uma alegria que dura apenas até o próximo pecuarista chamar o lance. Naquele vai e vem de emoções, poucos segundos de dúvida podem decretar a perda do lote. O pecuarista veterano tem olho mais treinado para avaliar morfologia, já não é o caso daqueles que ainda estão calibrando a mira.

Avaliar se os aprumos estão corretos, se a angulação do jarrete é adequada, se o umbigo é corrigido, se o vazio subesternal está perto ou longe do chão e se as características sexuais primárias e secundárias são bem evidentes, é primordial.

Mas, algumas vezes, até os mais experientes podem tropeçar, especialmente quando chega o momento de interpretar as diferenças esperadas na progênie (DEPs). Saber o que é TOP, Deca,

régua equilibrada, eleger as DEPs necessárias no rebanho e quais delas

podem atuar de forma sinérgica ou antagônica é tão importante quanto dominar morfologia. Optar apenas por uma ou outra pode ser um caminho perigoso.

Leiloeira e os técnicos tentam ajudar com dicas importantes, mas durante um certame é impossível esmiuçar todos os





detalhes de um sumário de touros. Os pecuaristas mais investigativos ainda vão além e buscam por informações sobre o ambiente onde o touro foi selecionado. Uma mudança radical na alimentação, por exemplo, pode inibir a manifestação dos genes responsáveis pelo aumento de produtividade.

“Não basta ter boas DEPs nos sumários de touros compilados pelos Programas de Melhoramento Genético de animais PO e/ou CEIP ou ter o padrão racial da raça Nelore garantido pelo registro genealógico definitivo, o touro precisa ser um pacote completo”, adverte o zootecnista Roberto Vilhena Vieira, mentor do programa Touro Nelore 30K.

Este é um treinamento exclusivo que busca auxiliar os produtores na escolha de reprodutores da raça que consigam gerar maior lucro, em menos tempo, na produção de bezerros e boi gordo. O método percorre todas as nuances da morfologia e melhoramento genético (<https://conteudo.pecpress.com.br/treinamento-touro-nelore-30k>)

ROBERTO VILHENA VIEIRA, MENTOR DO PROGRAMA TOURO NELORE 30K: “NÃO BASTA TER BOAS DEPS NOS SUMÁRIOS DE TOUROS OU TER O PADRÃO RACIAL DA RAÇA NELORE GARANTIDO PELO REGISTRO GENEALÓGICO DEFINITIVO. O TOURO PRECISA SER UM PACOTE COMPLETO”

“Um touro precisa ser equilibrado, comprido, arqueado e profundo, com musculatura bem distribuída, possuir bons aprumos e cascos, bainha e umbigo bem posicionados, escroto de bom tamanho, forma e posicionamento, peito aberto, entre outras características essenciais”, analisa o zootecnista, que há 20 anos é jurado efetivo da Associação Brasileira dos Criadores de Zebu (ABCZ).

Em resumo, o touro Nelore precisa ser funcional, produtivo, precoce e apresentar ótimas DEPs, além de expressão racial. Mas com um bom treinamento, qualquer pessoa pode se tornar um ver-

dadeiro expert em tudo isso. Veja 5 Dicas que listamos para você acertar na escolha do seu touro Nelore no Leilão da TV ou nos anúncios da Internet. Para destravar outras cinco dicas, basta clicar aqui e baixar um e-book exclusivo e gratuito.

1 - Investigue a origem do animal

Tenha em mente que se a realidade da propriedade de destino é a produção de carne a pasto não são touros de criatórios onde eles são tratados à base de ração que são a melhor solução. Visite a fazenda pessoalmente. Se não puder, use as redes sociais e o Google, conheça sua filosofia.

2 - Busque garantias

Se o seu objetivo é produzir carne, pouco importa se o touro é PO ou CEIP, ele precisa ser melhorador. O PMGZ é um dos programas mais antigos do Brasil e trabalha





em atualizações para certificar os touros Nelore PO com o CSG (Certificado de Superioridade Genética).

Também, a partir de 1996, surgiram programas de melhoramento genético reconhecidos pelo MAPA, que certifica os touros Nelore produzidos por eles com CEIP (Certificado Especial de Identificação e Produção), comprovando que são realmente melhoradores.

3 - Não foque apenas nos touros top 0,1%

Os touros com classificação top 0,1% (o melhor entre mil animais avaliados) são uma ótima solução para corrigir imperfeições do rebanho com velocidade, mas devem ser utilizados com critério. Informe-se se o reprodutor é top na qualificação geral ou em apenas uma ou outra característica. Ele pode ser bom numa

DEP e mediano ou até ruim em outra que seja importante para você.

4 - Solicite a DEP de facilidade de parto

Este atributo ganha ainda mais relevância se o touro for direcionado a novilhas primíparas. Caso essa informação não conste no catálogo, peça para o promotor ou leiloeira. O ideal são touros negativos ou próximos a ZERO.

5 - Objetive ganho de peso sem perder carcaça

No item 3 é citado a importância de optar por touros com régua de DEPs equilibradas. Fazendas de cria, por exemplo, buscam o maior peso à desmama, entretanto, não podem esquecer da facilidade de parto. Já na produção de boi gordo seria importante equilibrar ganho em peso com qualidade de carcaça.



Mais calor, menos leite

No verão, aumentam os casos de estresse térmico, que comprometem a produção de leite

A chegada do verão e aumento da temperatura ambiente geram grandes desafios para as fazendas leiteiras, uma vez que o calor intenso proporciona condições adversas a determinadas raças especialistas, como o Holandês, provocando respostas fisiológicas e causando o chamado estresse térmico, o que, consequentemente, prejudica a produção leiteira. De acordo com o zootecnista Gabriel Silva, da Auster Nutrição Animal, vacas lactantes costumam produzir grande quantidade de calor e acumulam temperatura adicional vinda do am-

biente. Assim, para fêmeas Holandesas ou Jersey em produção temperaturas entre os 5°C e 15°C são ideais e confortáveis. Já ambientes com temperaturas acima de 25°C e com umidade maior podem iniciar o processo de estresse térmico e dificultar a dissipação do calor corporal. Importante destacar que algumas raças, como Gir Leiteiro e Girolando suportam melhor o clima quente.

Silva explica que os efeitos do estresse térmico não tardam a aparecer, podendo se iniciar entre 24h e 48h e já afetar a produ-

ção de leite. "As altas temperaturas ativam o sistema termorregulador do animal, gerando maior demanda energética para manutenção e disponibilizando menos energia e nutrientes para produção de leite", diz. O estresse térmico causa, ainda, desbalanço no sistema endócrino, com alteração dos níveis de produção de hormônios, como a prolactina e a oxitocina, responsáveis pela produção e liberação do leite. Além disso, pode favorecer a incidência da acidose devido à menor taxa de ruminação e modificações metabólicas sanguíneas e aumentar a persistência do balanço energético negativo, agravado pela diminuição do consumo de alimentos. Há também crescimento dos casos de laminite e de problemas de casco, especialmente se as fêmeas passarem por períodos constantes de estresse térmico.

Entre as reações sintomáticas dos animais, destacam-se queda do consumo de matéria seca, alimentos e água, aumento da frequência respiratória e respiração ofegante, além de alterações comportamentais, como deitar menos nas camas e em pé com maior frequência, vacas ruminando pouco, mais próximas a ventiladores e com menor movimentação e, em casos de animais a pasto, permanência em pé debaixo de sombras de árvores. "A eficiência reprodutiva desses animais também pode ser comprometida em até 30%, com alterações na regulação hormonal, duração e intensidade do cio", explica o zootecnista.

Para que os animais tolerem da

melhor maneira possível os períodos de calor intenso, ele recomenda a utilização de sistemas de resfriamento, ventilação nas baias, camas, linha de cocho, e na ordenha; para vacas a pasto, a recomendação é de oferecer sombra natural com plantio de árvores e sistemas de integração com floresta, além da utilização de sombrites artificiais. Em sistemas de confinamento tipo Compost Barn, é essencial um bom manejo e escarificação da cama na profundidade correta ao menos duas vezes ao dia. Estratégias nutricionais como a oferta de dieta fresca e equilibrada com níveis adequados de nutrientes, gordura vegetal para adensamento da energia na dieta de vacas de alta produção, além de oferta da dieta em horários mais frescos, incluindo fácil acesso à água, são práticas necessárias para atender as necessidades fisiológicas das vacas e assim minimizar os impactos do calor.



A valorização do nosso “ouro branco”

● Por Walter Schlatter

O Brasil é o quarto maior produtor mundial de algodão, atrás da Índia, China e Estados Unidos. A produção brasileira, de acordo com a ABRAPA no ano safra 2019/2020 foi de 2,9 milhões de toneladas, em uma área de 1,62 milhões de hectares, uma produção recorde, porém com enfraquecimento da demanda. Mato Grosso do Sul vem reduzindo a área de plantio de algodão nas últimas safras. A área na safra 2018/2019 era de 37 mil hectares, em 2019/2020 passou a ser de 32 mil hectares. Para 2020/2021 é esperada uma redução acima de 20%. Em relação à quantidade produzida de pluma também há uma redução ao longo dessas três safras, com média de 13% de redução. Os fatores climáticos adversos, baixas cotações da pluma e altos preços da soja e milho, influenciaram na decisão do produtor em substituir a fibra pelo cultivo de grãos.

Para a safra 2020/2021 é prevista uma redução de área em cerca de 12%, atingindo o total de 1,42 milhões de hectares no Brasil e 23,5 mil hectares no Mato Grosso do Sul. Esse movimento deverá ocorrer devido ao incentivo na produção e comercialização de soja e milho no país. A taxa de câmbio favorável ao mercado externo, ou seja, um real desvalorizado, elevou a demanda externa pelos grãos, principalmente na retomada pós pandemia. O preço do algodão acompanhou a valorização do dólar em 40%, pareando o preço da soja, porém com elevado custo para se produzir, consequentemente uma menor lucratividade, apesar da alta na cotação da pluma.

O enfraquecimento da demanda interna e externa é fato relevante para redução da área e da produção em 2020/2021, visto que um estoque elevado sem comercialização, não gera renda à economia brasileira e causa deságio. O baixo consumo e a baixa exportação de itens têxteis industrializados também colaborou para redução prevista da quantidade a ser produzida, induzidos pela alta no preço final dos insumos. No ano safra 2019/2020 a China foi responsável por 90% da importação de soja e 30% de algodão do Brasil. O milho atendeu principalmente a União Europeia e o Sudeste Asiático. Os preços elevados atraíram os produtores a exportarem em maior quantidade, redu-

zindo o estoque para consumo interno. Para o ciclo 2020/2021 de soja e milho deve haver um aumento de área produtiva, ocupada antes pela produção do algodão e pastagens degradadas.

A exportação do algodão no ano safra 2019/2020 está em 1,95 milhões de toneladas, superando o valor exportado em 2018/2019 em cerca de 49%, e um valor superior à estimativa da Conab, de 1,92 milhões de toneladas, alcançando o segundo lugar de maior exportador mundial. O Brasil já conta com 84% da safra 2019/2020 já comercializada, e 44% da safra 2020/2021 também, refletindo um mercado ainda pujante mediante a comercialização antecipada. No mesmo ritmo Mato Grosso do Sul exportou 32,0 mil toneladas da safra 2019/2020, e já colocou em andamento a semeadura do ciclo 2020/2021 com 57 % já vendido.

A elevada comercialização antecipada tem base na classificação de alto nível do algodão nacional, pois a topografia, o clima e a tecnologia implantada no cerrado para produção do algodão garantem qualidade, sustentabilidade e produtividade; porém esbarra na concorrência com mercado de fibras sintéticas e alto custo de produção. Dessa forma, o preço do algodão torna-se cada vez mais elevado, refletindo no mercado consumidor, através do aumento do preço de produtos têxteis, como fiação, confecção e vestuário; além de atender a produção de óleo comestível e biodiesel. Esse cenário permite o algodão brasileiro ser conhecido como “ouro branco”, devido ao seu alto valor agregado em todo o processo de produção, do campo às mãos do consumidor.



Por Walter Schlatter,
presidente da Ampasul

ESTAR JUNTO DE QUEM FAZ O AGRO IR EM FRENTE TODOS OS DIAS É O NOSSO MAIOR PRÊMIO.

As ferramentas STIHL são desenvolvidas para estar junto de quem faz o trabalho no campo. Afinal, assumimos o compromisso de levar conforto, praticidade e desempenho para quem se empenha em fazer o alimento chegar na mesa de muitas pessoas. Por isso, essa conquista nos orgulha e reafirma uma certeza: estar perto é muito importante para ser lembrado.

A todos o nosso muito obrigado
pelo reconhecimento.



**STIHL. TOP LIST
RURAL 2020
NAS CATEGORIAS
MOTOSSERRA
E ROÇADEIRA.**



@STIHLBRASIL



@STIHL0FICIAL



STIHL BRASIL



STIHL BRASIL OFICIAL

STIHL.COM.BR

STIHL

EXPANDIR HORIZONTES É CRESCER COM SAÚDE.

Elanco

Porque
crescer é
saúdável.

0800 11 2690
www.elanco.com.br

Contato para informações
sobre produtos transferidos
da Bayer Animal Health:
0800 701 5546

Elanco e Bayer juntas por uma vida melhor.

Bem-vindo ao movimento Elanco de crescimento
saúdável e sustentável do rebanho. Agora toda
a linha de produtos Bayer Saúde Animal é parte
do portfólio Elanco.

Agrovet™

Ganaseg™ 7%

Agrovet™, Ganaseg™, Kinetomax™, Sovigam™, Tiguvon™, Zimprova™ e Catosal™ são marcas registradas de Elanco. Elanco e Bayer são marcas registradas de suas respectivas empresas. © 2015 Elanco. Todos os direitos reservados.

RURAL **toplist**

**Mercado
elege as
marcas e
produtos
preferidos do
homem do
campo**



Do campo ao virtual, a Syngenta é inovação e vencedora 5 vezes Top!

Para estar ao seu lado, mesmo a distância, a Syngenta usou o digital para se conectar a você, produtor, e assim levar conteúdos importantes para mantê-lo conectado. E, através da **Feira Virtual 360°**, a Syngenta conquistou o **prêmio Top List Rural 2020 de melhor evento digital no agro**.

Muito obrigado pela sua parceria e audiência e, em 2021, tem mais inovação para você.



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

c.a.s.a.
0800 701 4364

SYNGENTA E VOCÊ

CONECTADOS
DENTRO E FORA DO CAMPO

Fortenza® Duo



Engeo Pleno® S

Acesse o QR Code, conheça a ação virtual e confira todas as outras 4 categorias em que recebemos o Prêmio Top List Rural.



tecnologia
Pixit

 portalsyngenta.com.br

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

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

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

 [syngentabrasil](https://www.youtube.com/syngentabrasil)

Como será o marketing num mundo pós-pandemia?

Ter o cliente como motivador e balizador das decisões corporativas é um conceito que já está escrito nas missões e valores (*e nos Power-Points*) corporativos há alguns anos. Mas a realidade ainda não é bem essa.

Em meio a uma crise de saúde pública de proporções gigantescas e todas as suas consequências, parece que chegou-se a um *turning point*, a partir do qual as corporações não terão mais outra opção a não ser tratar o cliente como o que ele realmente é: a peça central de

seus negócios. Muito se tem debatido sobre o que deve ser o “novo normal”, ou seja, a realidade em que viveremos após a pandemia e com o fim das práticas de distanciamento social. A expectativa de muitos aponta para um mundo no qual o consumo será mais consciente e, portanto, menor. Em que as questões ambientais serão mais prementes. Em que as pessoas valorizarão mais o “ser” que o “ter”. Por enquanto, a única certeza é de que todos viverão em um mundo Dife-





Knowledge grows

Nutrição para cada etapa. Qualidade para todas as culturas.

A Yara potencializa a qualidade e produtividade em sua cultura com fertilizantes premium para cada etapa do ciclo.



**Nutrição mais
uniforme**



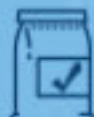
**Plantas mais fortes
e resistentes**



**Maior rentabilidade
para o negócio**



**Melhor
enraizamento**



**Colheita com mais
qualidade**



Acompanhe a Yara nas redes sociais:

yarabrasil.com.br



rente. Seja por consciência ou por questões práticas relacionadas às perdas financeiras e às incertezas econômicas, as pessoas terão de reavaliar sua relação com o consumo. E, nesse contexto, para onde deve ir o marketing? Como garantir que os recursos reduzidos de seus clientes sejam direcionados aos seus produtos e serviços? Como se mostrar essencial?

Para essas perguntas, não há dúvidas da resposta. A única forma de se manter relevante para o consumidor no “novo normal” é conhecê-lo profundamente. Saber os seus gostos, entender quem o influencia em sua rede de relacionamento. Esses serão os pontos-chave, ações de marketing bem-sucedidas nos próximos anos.

Nesse contexto, sistemas de análise de dados, especialmente as soluções de *custo-*

mer intelligence, tornam-se fundamentais para profissionais de marketing de todos os setores.

Só com tecnologia é possível explorar as informações disponíveis sobre os seus clientes nas mais diversas fontes, converter montanhas de dados em *insights* de negócios, conciliar *online* e *off-line* e entregar comunicação adequada em tempo real.

Usando as ferramentas corretas e dados consistentes, a empresa pode ter informações suficientes para oferecer sempre o melhor serviço, em qualquer situação, sempre no momento mais adequado.

Em um mundo pós-pandemia, os padrões de consumo irão mudar drasticamente. Nesse cenário, as ações de marketing devem ser precisas e sensíveis para trazerem resultados positivos.



PAULO PIMENTEL
Gerente de Marketing

CARLOS BREDÁ PEREIRA
Gerente de Marketing de Campo

REVISTA RURAL



Ser a marca mais lembrada. É da nossa raça.



A **Linha Pastagem** da Corteva Agriscience está sempre ao seu lado na busca constante por grandes resultados. Por isso, continuamos investindo em novas soluções e tecnologias para o sistema de produção a pasto, que proporcionam ganhos de produtividade de forma equilibrada e sustentável, garantindo o progresso para as próximas gerações. Ter nosso trabalho reconhecido como uma das marcas mais lembradas pelos leitores da Revista Rural é gratificante e reforça que estamos no caminho certo. O compromisso com a pecuária brasileira é da nossa raça.

 pastoextraordinario.com.br

 /CortevaPastoExtraordinario

 /PastoExtraordinario





Adesão da pesquisa foi maior que em anos anteriores

Isso proporcionou um volume maior de dados, o que contribuiu para a obtenção de resultados ainda mais representativos.

A pesquisa TopList, promovida pela Revista Rural, completou este ano duas décadas de existência. Assim como o Top of Mind, outra pesquisa realizada pela editora, ela já se consolidou como uma referência importante para o mercado agro.

O objetivo principal é apontar as marcas e produtos da preferência dos leitores. Ela é respondida por escrito, através de formulário, e enviada para a revista. Assim, o produtor pode pensar, pesquisar e até mesmo consultar seu funcionário para responder quais

os produtos que ele usa e aprova. “Sempre orientamos o leitor que, caso ele não saiba alguma resposta ou quando se trata de um produto que ele não utiliza, que ele deixe a resposta em branco. Isso ajuda a garantir uma maior precisão nos resultados”, explica o diretor.

Nesta vigésima edição, a pesquisa incorporou as novas categorias lançadas em junho no Top of Mind e criou mais uma (*sucedâneos lácteos*), totalizando 55 categorias, representando os principais produtos utilizados na agricultura e pecuária, de cor-

É campeã! É campeã! É campeã!

A Boehringer Ingelheim é a vencedora
do TopList Rural em 3 categorias.



A qualidade dos produtos para saúde dos grandes animais da
Boehringer Ingelheim acaba de receber um reconhecimento
em dose tripla. Pela premiação, pelo seu voto e pela sua confiança,
receba o nosso obrigado, obrigado e obrigado!

DISTRIBUIÇÃO DA PESQUISA POR REGIÃO

36% Sudeste

19% Sul

33% Centro-Oeste

12% Norte e Nordeste



te e de leite, além de equinocultura, veículos e agentes financeiros.

De acordo com o diretor de redação da Revista Rural, Flávio Albim, este ano houve uma adesão maior dos leitores no preenchimento dos formulários. “Talvez por causa do isolamento social, provocado pela pandemia, os produtores tiveram mais tempo para dedicar a nossa pesquisa. O fato é que tivemos um retorno de quase 30% dos formulários enviados e eles chegaram num intervalo de tempo bem menor, o que nos impressionou positivamente”, afirma Albim. Para incentivar os leitores a participar da pesquisa, a publicação dá, como re-

compensa, um plus de seis meses de assinatura da revista impressa.

Este ano, a divulgação da pesquisa aconteceu com um mês de atraso, uma medida estratégica, de acordo com Albim. “Isso aconteceu para mantermos o mesmo hiato entre as duas principais pesquisas que a revista realiza, que é o Top List e o Top of Mind. Acredito que agora, adaptados ao novo jeito de se fazer as coisas, devemos voltar as pesquisas às suas datas tradicionais”. As restrições impostas pelo covid-19 também inviabilizou a realização da festa de premiação, que tradicionalmente ocorre no final do ano, servindo ainda como

PROMOÇÃO

Crédito Rural

A cada R\$ 20 mil,
concorra a tratores 0km.

banco.bradesco/promocaoagro

FORÇA NO
CAMPO

 bradesco



banco.bradesco

 @Bradesco  facebook.com/Bradesco

Fone Fácil Bradesco: 4002 0022 / 0800 570 0022

SAC - Alô Bradesco: 0800 704 8383

SAC - Deficiência Auditiva ou de Fala: 0800 722 0099

Ouvidoria: 0800 727 9933

Certificado de Autorização SECAP 04.00749/2019. Válido para operações de Crédito Rural e INDEB Agrícola e/ou CPR. Promoção válida de 10.01.20 a 31.03.21





DISTRIBUIÇÃO DA PESQUISA POR REGIÃO

Pecuarista **47%**

Agricultor **34%**

Agrônomo **10%**

Veterinário **09%**

uma confraternização entre a revista e seus parceiros e colaboradores. “Vamos realizar uma festa virtual em janeiro, quando o mercado volta às atividades. Vamos sentir falta, pois era um momento muito importante, que marcava o ano. Se Deus quiser, com a vacinação da população e a volta a normalidade, poderemos fazer duas grandes festas em 2021, para compensar este ano”, anseia a diretora comercial da revista, Ana Carolina Domingues.

Nesta edição, 993 pessoas responderam ao questionário, dos mais de 3.000 formulários enviados em setembro, através de e-mail. A

representatividade foi praticamente a mesma de anos anteriores, sendo 36% do Sudeste, 33% Centro-Oeste, 19% Sul e 12% Norte e Nordeste.

Quanto a representatividade pelo perfil dos entrevistados, a pesquisa deste ano teve 34% de produtores que tem a agricultura como atividade principal, 47% que tem como carro chefe a atividade pecuária, entre bovinos de corte e leite, ovinos, caprinos, equinos, aves e suínos; 10% correspondentes a agrônomos e técnicos agrícolas e ainda 9 % provenientes de veterinários e zootecnistas.

Elanco

Rumensin®

TM

É ÚNICO



- Características físicas ideais¹
- Melhor eficiência biológica vs. similar²
- Aumento da produção de propionato vs. similar²

Referências: 1) Rumensin Guidance Document; 2) Teixeira et al. Effects of isomerism source on in vitro rumen fermentation and characteristics and performance of Bos indicus beef bulls offered a high-concentrate diet. 2016. J. Anim. Sci. 4(10):4-9. Rumensin®, Elanco e o logo da banta diagonal são marcas da Elanco ou suas afiliadas. P96-BR-20-0346

Elanco

CONFIRA AS MARCAS E PRODUTOS preferidos DOS LEITORES

Sementes
Defensivos para pastagem
Fertilizantes
Irrigação V
Caminhões
Pneus agrícolas
Colheitadeiras
Tratores
Sementes para pastagem
ILPF
Inseticidas
Fungicidas
Nematicidas
Tratamento de sementes
Sementes para HF
Armazenagem
Balanças
Troncos
Cercas Elétricas
Cochos
Motoserras
Roçadeiras
Seringas/Pistolas
Sal mineral D
Sucedâneos Lácteos
Vacinas reprodutivas
Hormônios para IATF
Vermífugos
Vacinas para aftosa
Vacinas contra BVD
Vermífugos para Equinos
Vitamina para Equinos
Vitamina para Bovinos
Aditivos Alimentares
Anti-mastíticos
Estimuladores de cio
Anti Mosca dos Chifres
Carrapaticidas
Pulverizadores
Plantadeiras
Colhedoras forragem
Banco privado
Herbicidas
Colhedora de cana
Enfardadeiras
Ordenhadeiras
Arames
Motobombas
Rações
Inseminação
Brincos
Crédito rural
Cooperativas de Crédito
Picapes
Caminhões leves

PIONNER
CORTEVA
YARA
NETAFIM
MERCEDES
FIRESTONE
NEW HOLLAND
MASSEY
MATSUDA
MATSUDA
ENGEO
ELATUS
AVICTA
FORTENZA DUO
HORTICERES
KEPLER WEBER
COIMMA
COIMMA
SPEEDRITE
ITABIRA
STIHL
STIHL
WALMUR
SM TORTUGA
SPRAYFO
CATTLEMASTER
CIDR
DECTOMAX
AFTOBOV
BOVELA
EQVALAN
CHAMPION
AMINOFORT
RUMENSIN
BOVIGAM
CIOSIN
OUROFINO
OUROFINO
JACTO
JOHN DEERE
NEW HOLLAND
BRADESCO
ROUNDUP
CASE IH
JF MÁQUINAS
DELAVAL
BELGO
HONDA
AGROCERES MULTIMIX
CRV LAGOA
ALLFLEX
BANCO DO BRASIL
SICREDI
FORD RANGER
VOLKSWAGEN



GRANDES RESULTADOS COM SEMENTES NÚMERO UM.

Estar ao lado do agricultor e ser parte fundamental para o crescimento do agro é a base de nossa atuação.

Em 2020, toda nossa dedicação foi coroada com o primeiro lugar na categoria sementes do Prêmio Top List.

**A VOCÊ, AGRICULTOR,
NOSSO MUITO OBRIGADO.**

A MELHOR TECNOLOGIA EM SEMENTES PARA PASTAGEM

é top!

MAIOR
UNIFORMIDADE
NA **GERMINAÇÃO**

SEMENTES COM
99% DE PUREZA

ESCARIFICADAS
QUIMICAMENTE

SEMENTES LIVRES
DE **NEMATÓIDES**

*(Heterodera,
Meloidogyne sp.,
Pratylenchus sp.)*

SEMENTES
REVESTIDAS COM
ORGANOMINERAIS

TRATADAS COM
FUNGICIDA

TRATADAS COM
POLÍMERO

TRATADAS COM
INSETICIDA
(Opcional)



PELO 18º ANO CONSECUTIVO A **MATSUDA** É A EMPRESA MAIS LEMBRADA
PELO PRODUTOR RURAL NA **CATEGORIA DE SEMENTES DE PASTAGENS** E
PELO TERCEIRO ANO RECEBE O PRÊMIO NA **CATEGORIA ILPF**.

SEMENTES
PARA
PASTAGENS

47%



INTEGRAÇÃO
LAVOURA-PECUÁRIA
FLORESTA

23%



**RURAL
toplist
2020**

AS • MARCAS • PREFERIDAS • DOS • LEITORES



MATSUDA

Quem usa não muda. **MATSUDA.**



Usar com eficiência os meios digitais ainda é um grande desafio

O agro já vinha se tornando cada dia mais digital. A realidade de 2020, entretanto, acelerou ainda mais esse processo. Isso permitiu que as empresas evoluíssem na comunicação com seus clientes, através de lives, eventos virtuais e ações constantes nos meios digitais, como as redes sociais, por exemplo. Mas, como toda história, existe um lado “B”. A necessidade de promover ações num campo ainda desconhecido de uma hora para outra, acabou deixando muita gente perdida. Nem todo mundo conseguiu fazer a sua lição de casa, e bateu muita cabeça. Além disso, a repetição exaustiva daquelas fórmulas mais simples e de baixo custo, levou rapidamente a uma saturação das principais ações de marketing digital promovidas no agro.

Aquele público que lotava as plataformas, nos primeiros eventos digitais, foi rareando aos poucos. As lives, tão populares nos primeiros meses de isolamento social, foram diminuindo pouco a pouco, um fenômeno que, de acordo com o diretor da Revista Rural Flávio Albim, já era esperado. “Aconteciam duas, ou até três lives no mesmo dia, sobre temas parecidos, voltados para o mesmo público. Por mais entediada que a pessoa estivesse na sua casa, não dava para acompanhar. Aquele formato ia contra tudo o que prega a neurolinguística”, justifica Albim. A gerente de comunicação mercadológica da Syngenta, Renata Moya, também acredita que houve uma saturação desse formato de evento. “A

**CAMPEÃO 2020**
TROFÉU TOP RURAL
NA CATEGORIA

MELHOR PROGRAMA DE CONTROLE SANITÁRIO DE CORTE E LEITE.

NOSSO OBJETIVO É

levar soluções e serviços inovadores para o campo e parceiros revendedores, para auxiliar o pecuarista a resolver os principais problemas sanitários dos rebanhos, gerando mais lucro com a atividade, assim assegurando a saúde dos animais para evolução de produtividade e produção de carne e leite mais seguros para o consumo.



SANIDADE ANIMAL

Soluções e serviços inovadores para resolver os problemas sanitários dos rebanhos de corte e leite.



PRODUTIVIDADE

Animais com melhor manejo sanitário são mais saudáveis e produtivos.



USO CONSCIENTE DE PRODUTOS

Evolução na capacitação e treinamentos dos profissionais e funcionários rurais.



própria indústria do entretenimento está começando a buscar outras alternativas, se reinventar dentro dessa realidade. No nosso segmento foi a mesma coisa, as empresas promovendo inúmeras lives e webinares com o mesmo público e acho que esse formato ficou saturado”, pontua. Ela acredita que, passando o isolamento, as pessoas vão voltar aos eventos presenciais e o evento virtual vai ser apenas uma opção.

Conhecer bem as ferramentas

Os canais de marketing digital vão, por muito tempo, continuar

sendo úteis para alcançar possíveis clientes, mas, sozinhos, não fazem milagre. É importante conhecê-los bem e, sobretudo, entendê-los, para tirar realmente proveito do que eles oferecem.

Nas redes sociais, por exemplo, o foco dos usuários não é o seu negócio. Elas estão lá para se conectar com outras pessoas, tanto na vida pessoal quanto profissional. Não estão buscando, portanto, solucionar um problema, e sim estreitar relacionamentos. Sua estratégia, então, é despertar o interesse delas e levá-las para outro lugar, nesse caso, seu site.

Mais um prêmio que não foge de jeito nenhum.

© 2020 Belgo Bekaert Arames

A Belgo agradece a todos os produtores rurais, clientes, parceiros e colaboradores por mais este reconhecimento. Vocês nos fazem evoluir sempre e são os principais responsáveis por promovermos uma vida melhor no campo.

RURAL
toplist
2020



www.belgobekaert.com.br
0800 727 2000

Acompanhe-nos nas redes sociais



Apenas Belgo: uma marca
da Belgo Bekaert Arames.

Arames
Belgo



O que pode parecer uma tarefa difícil, não necessariamente é. As redes sociais são um ótimo canal para topo de funil, pois elas atraem todo e qualquer tipo de público. Ao mesmo tempo, no entanto, também permitem uma segmentação bem mais específica das pessoas que se deseja alcançar.

Grupos no LinkedIn, por exemplo, permitem que você se comunique direto apenas com pessoas que ocupam determinado cargo em um determinado setor, como diretores de empresa, gestores de Marketing etc. Já páginas no Facebook, perfis no Instagram, no Twittter, contas no

Snapchat, permitem que você não só se torne referência naquilo que vende, como também se aproxime mais do seu público, criando um relacionamento com ele.

As pessoas que curtem ou seguem você já estão pré-dispostas a consumir seu produto ou serviço. Se você mantiver um relacionamento com elas, respondendo a comentários, publicando frequentemente e fazendo-as interagir com o seu canal, estará fidelizando seus clientes e convencendo seus prospects com pouquíssimo custo, levá-las à sua página vira uma tarefa fácil e natural. O E-mail Marketing é talvez um dos ca-

PENSOU EM NUTRIÇÃO, LEMBROU DA TORTUGA®

A MARCA PREFERIDA DO PRODUTOR!



Uma marca



A Tortuga®, uma marca DSM, foi eleita a preferida dos produtores na categoria sal mineral no **TopList 2020** e o Tour DSM de Confinamento, o melhor programa nutricional para bovinos de corte no **Troféu TopRural 2020**. Isso significa que estamos na cabeça e no coração dos nossos clientes e do mercado. Afinal, os resultados dos produtos da marca Tortuga® falam por si só: são milhares de histórias de sucesso que se repetem todo o ano e é por isso que, quando o produtor pensa em nutrição animal, lembra da marca Tortuga®. O nosso agradecimento a todos os leitores da **Revista Rural** por mais uma vez nos colocar no topo.

0800 11 0 6262

www.tortuga.com.br

f /tortugadsm

@tortuga.dsm

/TortugaDSM

NUTRITION • HEALTH • SUSTAINABLE LIVING



nais que mais consegue trazer resultados de curto prazo, e também um dos mais baratos, se olharmos a quantidade de pessoas que podem ser alcançadas através de uma campanha. Se usado da maneira correta, o email é ainda um recurso bem eficaz a ser usado na nutrição de Leads, pois você consegue entregar conteúdo relevante e, com uma boa estratégia. Mas, deve fazer isso de forma periódica, aumentando o engajamento do Lead com sua empresa e fazendo-os retornar ao site.

Busca orgânica

Sempre que o usuário acessa um site através de um motor de busca (ex: Google, Yahoo, etc), este é tido como tráfego orgânico. O tráfego orgânico normalmente é alcançado com mais dificuldade que outros canais, já que está a critério do motor de busca decidir qual URL estará nas primeiras posições de seus rankings. Por esta razão é tão importante adequar a página a estes crité-

rios. A concorrência por tráfego vindo deste canal é muito alta, visto que os usuários que acessam um site por um motor de busca demonstram alto interesse pelo tema, o que os torna úteis em qualquer etapa do funil.

Da mesma forma que estes sites “conhecidos” (como Google e Facebook) podem trazer tráfego para seu site, qualquer outro site da internet pode ser um canal de acesso ao seu, basta que você seja referenciado nele.

Na prática, isto se traduz em seu conteúdo ser reproduzido por diversos outros sites, seja em parcerias que você estabelece ou simplesmente por seu conteúdo ser bom o suficiente para outras pessoas quererem compartilhá-lo.

Assim, qualquer link para seu site que esteja disponível em qualquer página da internet acaba se tornando um possível canal. Além disso, ter seu conteúdo bastante referenciado é um critério bem visto por ferramentas de busca.

NASCIDO NO CAMPO, MOLDADO PARA O SUCESSO E VENCEDOR DO TOURO DE OURO.

Ivomec foi eleito o melhor vermífugo na 12ª edição do prêmio Touro de Ouro no ano de 2020, um reconhecimento que chega para coroar o que, há mais de 40 anos, os pecuaristas, veterinários e profissionais do campo sabem na prática. A qualidade superior e o alto grau de pureza da ivermectina que faz a diferença na saúde dos rebanhos do Brasil e do mundo.




MOLDADO PARA O SEU SUCESSO.

gadoivomecado.com.br
@ivomecoriginal



HÁ 70 ANOS ALINHANDO TRADIÇÃO E INOVAÇÃO
PARA CONSTRUIR, JUNTO COM VOCÊ, UM FUTURO
PRÓSPERO PARA A PECUÁRIA!

Agradecemos aos nossos clientes
e parceiros que nos inspiram a
buscar o melhor em tecnologia
para a pecuária!

TRONCO
CONVENCIONAL
PLUS



(18) 3821 9900 - (18) 98134 - 6067
coimma.com.br



/coimma



@coimma



/coimma

QUEM ESCOLHE A
MELHOR GENÉTICA
NUNCA SAI DO



PELA 20ª VEZ CONSECUTIVA

**A CRV LAGOA É A MELHOR EMPRESA
DE INSEMINAÇÃO ARTIFICIAL**

DO PRÊMIO TOP LIST

É com muito orgulho que recebemos,
mais uma vez, o prêmio **TOP LIST** da
Revista Rural, como a melhor empresa
na categoria Inseminação Artificial.

Nossa equipe trabalha de forma dedicada para levar aos nossos parceiros e clientes o melhoramento genético que garante o sucesso dos resultados para o criador e para a pecuária. Esses prêmios, mais uma vez, mostram que estamos no caminho certo e é assim que vamos continuar caminhando, porque o rebanho é grande e a nossa vontade de fazer melhor também.

ESTAR JUNTO DE QUEM FAZ O AGRO IR EM FRENTE TODOS OS DIAS É O NOSSO MAIOR PRÊMIO.

As ferramentas STIHL são desenvolvidas para estar junto de quem faz o trabalho no campo. Afinal, assumimos o compromisso de levar conforto, praticidade e desempenho para quem se empenha em fazer o alimento chegar na mesa de muitas pessoas. Por isso, essa conquista nos orgulha e reafirma uma certeza: estar perto é muito importante para ser lembrado.

**A todos o nosso muito obrigado
pelo reconhecimento.**



**STIHL. TOP LIST
RURAL 2020
NAS CATEGORIAS
MOTOSSERRA
E ROÇADEIRA.**



@STIHLBRASIL



@STIHL0FICIAL



STIHL BRASIL



STIHL BRASIL OFICIAL

STIHL.COM.BR

STIHL