

ANO XXII Nº
Dezembro / 2019

259



R\$ 16,20

RNEWS



www.revistarural.com.br
Revista Rural

A revista do setor

NA ERA DA AVICULTURA DE

PRECISÃO

Os avanços tecnológicos em genética, manejo, controle das condições sanitárias, aperfeiçoamento de pessoal e constante melhoria das dietas e insumos garantem desempenhos produtivos que colocaram o Brasil como player produtor e exportador mundial de carne de frango e ovos.

FESTA DO TOPLIST REUNIU A NATA DO AGRO

27ª FEIRA INTERNACIONAL DE TECNOLOGIA AGRÍCOLA EM AÇÃO



no desenvolvimento do agro

Realizadores



Promoção & Organização





27 ABRIL
A 1 MAIO **2020**

DAS 8H ÀS 18H RIBEIRÃO PRETO - SP - BRASIL

ACOMPANHE ARTIGOS E NOVIDADES DO SETOR
NO CANAL DE CONTEÚDO DA AGRISHOW:

[DIGITAL.AGRISHOW.COM.BR](https://digital.agrishow.com.br)



[AGRISHOW.COM.BR](https://agrishow.com.br)





Evolução
tecnológica na
avicultura elevou
o Brasil a um
outro patamar
no mercado
internacional

59



Produtores de abacate
querem conquistar novos
mercados para a fruta

52



Última década foi
especialmente promissora
para a atividade
pecuária

36

Revista Rural é uma publicação mensal da Criação Assessoria Comunicação e Comércio Ltda - Rua Acuruá nº 547 - Vila Ipojuca - São Paulo/SP - CEP 05053-000 - PABX 11 3022-4260 www.revistarural.com.br ● **Diretor de Redação:** Flávio Albim (flavio@revistarural.com.br) **Repórter:** Bruno Zanholo (bruno.zanholo@revistarural.com.br) Tel: 11 94369-6680 **Imagens:** Davi Canto (davi.canto@revistarural.com.br) Tel: 11 97279-1038 ● **Diretor de Conteúdo Digital:** Vitor Albim (vitor.albim@revistarural.com.br) Tel: 11 98816-9765 ● **Diretora Comercial:** Ana Carolina Domingues Albim (carol@revistarural.com.br) ● **Edição digital:** disponível gratuitamente na Apple Appstore, Google Play e Amazon ou leia nossa edição online em <http://www.revistarural.com.br/>. **Siga Revista Rural no Facebook** (www.facebook.com/revistarural).

ANO XXII • Nº 259
Dezembro/2019

 **Revista
Rural**

2020 PRÓXIMOS EVENTOS

INSCRIÇÕES ABERTAS

O **DATAGRO CONFERENCES**, o maior centro de relacionamento do agronegócio mundial. Com conteúdo exclusivo que trazem experiências transformadoras, os eventos são excelentes ambientes para networking com os principais representantes do mercado, entre líderes empresariais, academia e autoridades governamentais.



ABERTURA DE SAFRA
CANA, AÇÚCAR E ETANOL
2020/21

11 DE MARÇO
2020

RIBEIRÃO PRETO
TAIWAN CENTRO
DE EVENTOS



SANTANDER
ISO DATAGRO
NY SUGAR & ETHANOL
CONFERENCE 2020

13 DE MAIO
2020

NOVA YORK
482
PARK AVENUE



GLOBAL
AGRIBUSINESS
FORUM 2020

20 E 21 DE JULHO
2020

SÃO PAULO
SHERATON WTC
SÃO PAULO

XP · DATAGRO
**AGRI
FINANCE**
BRAZIL

XP INVESTIMENTOS | DATAGRO

AGOSTO
2020
SÃO PAULO



20ª CONFERÊNCIA
INTERNACIONAL DATAGRO
SOBRE AÇÚCAR E ETANOL

26 E 27 DE OUTUBRO
2020

SÃO PAULO
HOTEL GRAND HYATT
SÃO PAULO



 /datagro

PLANTE SUA MARCA EM GRANDES EVENTOS
DO AGRONEGÓCIO MUNDIAL!
Plante sua marca no DATAGRO Conferences!

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

PROJETO QUE AVALIA CULTIVARES DE CAFÉ APRESENTA PRIMEIROS RESULTADOS

A parceria entre a Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais (EPAMIG), a Federação dos Cafeicultores e a Fundação de Desenvolvimento do Café do Cerrado (Fundaccer) apresentou, nesta semana, os primeiros resultados do projeto “Unidades Demonstrativas para Validação de Cultivares de Cafeeiro para as Condições da Região do Cerrado Mineiro”. O trabalho avalia o desempenho de variedades de café desenvolvidas pelo Programa de Melhoramento Genético da EPAMIG em propriedades comerciais no Cerrado Mineiro, para identificar os materiais mais adequados e produtivos para diferentes condições de clima e solo.

O projeto, que conta com o apoio financeiro do Consórcio de Pesquisa Café, possui experimentos implantados em 25 propriedades, de 12 municípios da região, além de uma unidade no Campo Experimental da EPAMIG em Patrocínio. Dessas unidades, 21 tiveram a primeira colheita em 2019. As amostras passaram por avaliações de produtividade, rendimento e qualidade de bebida, com resultados bastante promissores. “Os ganhos foram muito acima do esperado. Temos motivos para acreditar que vamos garantir o aumento da produtividade e da qualidade dos cafés do Cerrado Mineiro mudando a variedade cultivada”, analisa o pesquisador da EPAMIG Gladyston Carvalho.

Cada cafeicultor recebeu resultados individualizados de sua propriedade. A análise abrange diferentes climas, microrregiões e condições de manejo, em áreas irrigadas e de sequeiro. São 12 cultivares avaliadas, sendo nove do Programa de Melhoramento da EPAMIG e três de referência Catuaí 144, pela produtividade; Bourbon amarelo, pela qualidade; IAC 125 RN, resistente à ferrugem. As cultivares também foram analisadas sensorialmente e as melhores provadas pelos produtores em um cupping. Em uma média geral, a cultivar MGS Paraíso 2, desenvolvida pela Epamig, tem apresentado boa produtividade e superiorida-



de, também, na análise sensorial. O produtor César Jordão, do município Monte Carmelo, está otimista com os resultados iniciais. “Essas cultivares que estão sendo testadas tem se mostrado superiores aos padrões da nossa Região, que são Catuaí e Mundo Novo. Cada propriedade tem as suas características próprias, mas já é um início para verificarmos os potenciais e definirmos futuramente quais variedades plantar”, afirma.

O coordenador de Pesquisa e Desenvolvimento da Fundaccer, João Paulo Felicori avalia a importância do projeto e destaca que os resultados serão compilados e difundidos entre os cafeicultores da região. “Ao final do projeto, esperamos poder disponibilizar para os produtores, uma maneira rápida e segura para escolha de cultivares, na qual o cafeicultor informa onde será o plantio e como resposta, terá duas ou três opções de cultivares”, explica. O projeto prevê o acompanhamento da colheita e do desempenho das unidades ano a ano até 2021. Os resultados apresentados aos produtores participantes, serão compartilhados durante o Encontro de Inovação e Tecnologia para a Cafeicultura do Cerrado Mineiro que acontece no dia 29 de abril de 2020, no Centro de Excelência do Café, em Patrocínio.

TUDO PEÃO DE SUCESSO TEM O SEGREDO DE

UM REBANHO DE PESO.



Cydectin® é como Guilherme Marchi: implacável.

Sua formulação exclusiva à base de moxidectina é comprovadamente mais potente e eficaz contra os parasitos internos e externos dos bovinos. É o endectocida de última geração contribuindo com a evolução da pecuária brasileira.

RURAL
toplist
2019

Consulte o médico veterinário.



4X

**4x mais potente
que a ivermectina**



**Mais eficaz que a
ivermectina de alta
concentração**

GUILHERME MARCHI
CAMPEÃO MUNDIAL
DE MONTARIA EM TOURO

www.zoetis.com.br/cydectin

Copyright Zoetis Indústria de Produtos Veterinários Ltda. Todos os direitos reservados. Material produzido em Novembro 2019. #MKT-04848

zoetis



TOP FARMERS 2019 REÚNE MAIS DE 470 PARTICIPANTES

Principal vitrine de um setor que registrou um crescimento de 1,4% no Brasil neste ano segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), o Encontro Nacional Top Farmers 2019, que aconteceu nos dias 3 e 4 de dezembro, reunindo no Hotel Royal Palm Hall, em Campinas (SP) mais de 470 participantes do agro de diversas regiões do país, mais uma vez expôs a simbologia do agronegócio como sendo um dos pilares mais relevantes para a economia. Por detrás da força do setor estão empreendedores que acreditam no Brasil e estão dispostos a investir, gerar empregos e renda nos mais variados setores da economia. Essa motivação foi percebida entre as marcas expositoras do evento e entre os participantes que demonstraram que não há como crescer se não houver investimento, assertividade ao adquirir novas tecnologias e sistemas de gestão, contratação de pessoas capacitadas e busca de conhecimentos sobre o negócio e sobre o que o mercado tem apresentado de novo, além de estar por dentro das tomadas de decisões dos sistemas político e econômico.

É exatamente isso que o economista Ricardo Amorim, que palestrou no evento com o tema 'Guerras comerciais, reformas, confusões políticas, transformação digital e o futuro do agro brasileiro' acredita: "O que mudou muito no agro brasileiro na última década é que da porteira pra dentro a produtividade cresceu muito, bem como o aprendizado em lidar com as questões da porteira para fora, porque são elas que de-

terminam preço, a demanda, o quanto e quando o produtor vai vender ou não. E, nesse sentido, o agro brasileiro está se sofisticando e se tornando cada vez melhor, e eventos como esse colaboram para isso. Para mim é um prazer participar e colaborar para que todo o nosso agro possa tomar decisões mais assertivas e ter resultados ainda melhores", afirma.

Quando o assunto é dinâmica global do agronegócio e oportunidades para o Brasil, o professor sênior de Agronegócio Global do Insper, Marcos Jank esbanja conhecimento ao dizer que a pecuária ganhou eficiência desde 1990. "Uma revolução no setor é que a pecuária liderou um mundo de terra para a agricultura e a integração da agricultura para a agropecuária tornou a pecuária muito mais eficiente. Lá fora as pessoas acham que estamos queimando a Amazônia para fazer pasto, para aumentar a quantidade de gases, mas na verdade estamos aumentando a quantidade de gado e diminuindo a quantidade de pasto. O mercado será cada vez mais para pecuaristas técnicos e qualificados, até porque eles estão concorrendo com uma agricultura pujante", diz Jank. Para o agronegócio no Brasil continuar a crescer, Jank fala sobre a revolução das ferrovias e das hidrovias. "Hoje temos o ministro da Infraestrutura, Tarcísio de Freitas e a ministra da Agricultura, Tereza Cristina, que conseguiram agilizar as concessões que estavam paradas durante todos esses últimos 20 anos. Essa notícia é extraordinária para agricultura brasileira de grãos", avalia.

AJUDAR A TRANSFORMAR A PECUÁRIA É A MELHOR FORMA DE AGRADECER.



INOVAÇÃO TECNOLÓGICA
PARA A PECUÁRIA

A **Coimma** agradece a todos que contribuíram para essa conquista. Nossos clientes nos inspiram a buscar o melhor em tecnologia para a pecuária nacional.



(18) 3821 9900 - 0800 11 2555
coimma.com.br



/coimma



@coimma



/coimma

RURAL
toplist
2019



CORTEVA LANÇA TRÊS NOVOS INSETICIDAS

A Corteva Agriscience apresenta ao mercado três inseticidas que ajudarão no controle das principais pragas que afetam diferentes culturas do agronegócio. Formulados a partir do ativo Isoclast, os produtos pertencem ao novo grupo químico sulfoxaminas, que possui um modo de ação diferenciado, ajudando os produtores no controle da resistência aos produtos já disponíveis no mercado.

Cristiane Muller, líder de pesquisa de inseticidas da companhia, comenta que Isoclast é um ativo exclusivo da Corteva, e que o produto tem a identidade da empresa. “Com nossa atuação em pesquisas, essa novidade representa inovação, principalmente no mercado de pragas sugadoras”, declara.

Ela conta que três marcas comerciais foram lançadas e destinadas a diferentes culturas. O primeiro deles é Expedition, direcionado ao controle de percevejos em soja, milho e arroz. “Também temos o Closer que é indicado ao controle de pulgões, principalmente no algodão, possuindo também registro para a cultura do feijão”, diz. Além disso, há

também o Verter, marca direcionada ao mercado de hortifrúti.

Thomas Scott, líder em inseticidas da Corteva, explica que o Expedition tem como um dos principais pontos o novo grupo químico com modo de ação diferenciado, o que o torna uma nova ferramenta para o produtor poder fazer o manejo integrado de pragas. “Ele tem por característica ser um produto de efeito de choque em residual, importante para acessar o dano na cultura e praticar o controle”.

Já quanto ao Closer, Scott diz que ele faz o controle de pulgão no algodão e é um produto que vai dar um novo padrão a esse controle. “Isso se dará pela rápida proteção e maior tempo de ação, evitando transmissão de virose atípica, o que pode impactar na produção”. Além disso, o produto possui uma baixa dosagem (14,4 gramas por hectare), o que facilita a logística e até mesmo o descarte de embalagem para o cotonicultor.

Focado na linha de HF, Verter é um inseticida voltado às culturas de tomate, melão, melancia e citrus, possuindo modo de ação diferenciado

para a mosca branca, psilídeos e pulgões das lavouras. “Ele valoriza a colheita e seu rápido poder de choque é fundamental para o setor, uma vez que os insetos são transmissores de vírus”, declara Alison Rampazzo, líder de hortifrúti, café e citrus da companhia.

Todas as tecnologias da Corteva contam com orientações sobre sua correta utilização, além de passarem por rigorosos testes antes de serem aprovados pelos órgãos regulatórios. A companhia também possui um programa de Boas Práticas Agrícolas que percorre diversos estados do País promovendo treinamentos técnicos para produtores, agrônomos e consultores sobre manejo de plantas daninhas, manejo integrado de pragas, manejo de doenças, tecnologia de aplicação e segurança do trabalhador.



nicos para produtores, agrônomos e consultores sobre manejo de plantas daninhas, manejo integrado de pragas, manejo de doenças, tecnologia de aplicação e segurança do trabalhador.



 www.lojaurbano.com.br
 (11) 2628.5601



Caixa Agrícola

- Espaço da gravação personalizada
- Ombreiros para facilitar o transporte
- Dimensões: A31 x L30,5 x C55 cm
- Peso: 1.800 kg
- Capacidade de Carga: 25 kg
- Empilhamento Máximo – 275 kg

Cores: 



Hortifruti Granjeiro

- Espaço para gravação personalizada
- Dimensões: A31 x L57 x C77 cm
- Peso: 4.100 kg
- Capacidade de Carga: 50 kg
- Empilhamento – 300 kg

Cores: 



Meia Caixa

- Espaço da gravação personalizada
- Caixa Paletizável
- Dimensões: A17 x L40 x C60 cm
- Peso : 1.530 kg
- Capacidade de Carga: 12 kg
- Empilhamento – 144 kg

Cores: 



Piso de Plástico

- Dimensões: A4,5 x L50 x C50 cm
- Sistema de encaixe macho-fêmea
- Reduz o atrito em 90%
- Peso: 1.790 kg

Cores: 

Enviamos para todo o Brasil - Contamos com outros modelos, **consulte-nos** - contato@lojaurbano.com.br

RURAL
toplist

AS • MARCAS • PREFERIDAS • DOS • LEITORES



Com chave de ouro

Festa de premiação do TopList e Top Rural 2019 serviu para comemorar um ano de muitos desafios, mas também de muitas importantes conquistas para o agronegócio.

Texto: Bruno Zanholo • Fotos: Leandro Maciel de Souza



Em um ambiente informal, sem a necessidade do terno e da gravata, regado a boas conversas e bebidas geladas, a Revista Rural pela 19ª vez entregou o troféu do TopList Rural, premiação dedicada às marcas e produtos preferidos dos leitores da revista. Realizada em um bar localizado num bairro boêmio da cidade de São Paulo, a festa marcou também a criação de um novo prêmio, o Top Rural, em reconhecimento às melhores ações de marketing realizadas pela empresa ao longo do ano.

“O modo de se comunicar e interagir com o cliente vem mudando totalmente, e de forma muito rápida. Por isso, as empresas estão enfrentando novos desafios para levar conhecimento e conquistar a confiança dos produtores. Cada uma delas, a seu modo, vem encontrando meios criativos e eficazes para alcançar esse objetivo, e nós da Revista Rural, estamos atentos a cada uma dessas iniciativas”, justifica o diretor de redação da empresa, o jornalista Flávio Albim. Para ele, essa nova premiação deve ganhar ainda mais importância nas próximas edições e contar com um número bem maior



RUI PEREIRA ROSA, SUPERINTENDENTE EXECUTIVO DE AGRONEGÓCIO DO BRADESCO.

de categorias: “Decidimos por essa premiação há pouco mais de dois meses. Na próxima edição, tendo um ano inteiro para acompanhar o trabalho dos parceiros, poderemos conhecer mais trabalhos relevantes e ampliar nossas escolhas. Tem muita coisa boa sendo feita por aí, e merecem nosso reconhecimento e aplauso”, afirma Albim. Este ano,

O modo de se comunicar com o cliente vem mudando de forma muito rápida. Por isso, as empresas estão enfrentando novos desafios para levar conhecimento e conquistar a confiança dos produtores.

o Top Rural teve apenas seis categorias: Melhor Marketing Digital no Agro (*Syngenta*), Melhor Campanha Institucional de Marca (*Corteva*), Melhor Ação de Marketing a Campo (*Projeto “Na Estrada”, da Biogénesis Bagó*), Melhor Ação para Difusão de Conhecimento em Reprodução Animal (*Grupo Gerar, da Zoetis*), Melhor Ação para Difusão do Bem Estar Animal (*Programa “Criando Conexões”, da MSD*), e uma homenagem especial ao produto Acatak, pelos “25 Anos de Sucesso no Mercado Brasileiro”. A expectativa é, pelo menos, dobrar o número de categorias na edição de 2020.

Além da confraternização, a noite serviu também para fazer uma análise do ano que está acabando. Rui Pereira Rosa, superintendente executivo de agronegócio do Bradesco, comenta que 2019 para o mercado financeiro foi positivo, com condições de taxas bastante importantes. “A queda da Selic nos ajudou a ter condições altamente favoráveis para o setor agrícola. Hoje nós temos uma oferta grande de recursos, e inclusive sobrou dinheiro, ou seja, temos recursos suficientes para atender o primeiro semestre do ano safra”, declara. Apesar disso, o executivo diz que foi um ano desafiador, repleto de mudanças que forçaram o banco a ser criativo quanto a novos produtos. “O Bradesco fez um bom trabalho, tanto que atingimos uma carteira altamente expressiva de R\$ 30 bilhões em termos de ativos no agronegócio, sendo assim o nosso recorde”.

Já o mercado sucroalcooleiro no Brasil e no mundo vem sofrendo grandes impactos de preço, com grandes agentes, como a Índia, por exemplo, inflando o estoque mundial de açúcar.

FÁBIO MELO DA SILVA, ESPECIALISTA EM MARKETING PARA CANA DA CASE IH.





DIRETORA DE MARKETING
DA ELANCO PARA A AMÉRICA
LATINA, FERNANDA HOE.

sentimos isso nas conversas que tivemos com nossos clientes ao longo desta temporada”.

Olhando para a pecuária, Fernanda Hoe, diretora de marketing da Elanco para América Latina, diz que 2019 começou sendo bem difícil e relativamente desaquecido. “A medida que os meses foram passando, houve uma mudança e vimos um mercado dinâmico, com maior procura por parte dos produtores e clientes no que se diz respeito a investir em tecnologia e inovação, linhas em que a companhia atua”, diz. Ela conta que a atuação da empresa agregou valor ao aquecimento do mercado, principalmente percebido a partir do mês de junho. “A diferença é notável, e a pecuária agora vive a sua melhor fase dentro deste ciclo”, comenta.

A arroba faz a festa

Apesar dos obstáculos, o Top List deste ano ocorreu em meio a um “mercado quente”, principalmente no setor pecuário, devido a alta do preço da arroba do boi. Isso fez

“Isso naturalmente ocasionou uma queda no preço, e o setor sentiu bastante”, analisa Fábio Melo da Silva, especialista em marketing para cana da Case IH. Segundo ele, o mercado que estava acostumado a trabalhar numa ordem de 15 centavos por libra-peso no preço do açúcar, está aprendendo a lidar com o valor de 12 centavos. “Isso apertou a conta para todos e

Prêmio novo oferecido pela Revista Rural, o “Destaque Top Rural” deve ganhar ainda mais importância nas próximas edições e contar com um número bem maior de categorias.



com que as marcas ligadas a este setor estivessem ainda mais animadas, pois o momento é bastante positivo para os pecuaristas, e por consequência, para o País. Marcos Baruselli, gerente nacional de confinamento da DSM, declara que o confinamento e semiconfinamento no Brasil em 2019 tiveram crescimento. “Fizemos um censo que apontou 5,3 milhões de animais confinados neste ano, com tendência de ser superado já em 2020”. Segundo ele, o País dobrou o número de animais confinados nos últimos dez anos, produzindo mais arrobas em menos espaço. “A palavra da vez na pecuária é produ-

tividade, primeiramente porque a conta está fechando, e depois para oferecer mais carne ao mercado interno, evitando uma explosão no preço dentro dos mercados e açougues”, diz. Baruselli conta que esta realidade de relacionamento com a China, que tem exportado nossos produtos, é importante para o setor e por isso o pecuarista tem que buscar produzir mais. “Isso também vai equilibrar os preços aqui dentro. É preciso acertar na gestão, principalmente neste momento positivo em que vive o setor”.

Em cima desta recente realidade mercadológica, Roubert Silva, gerente técnico de grandes animais



CESAR FRANZON,
GERENTE DE
DESENVOLVIMENTO DE
MERCADO DA CRV LAGOA.

da Boehringer Ingelheim, diz que para o mercado de saúde animal, este foi um ano desafiador. “Felizmente terminamos o ano com boas notícias, considerando este aumento significativo do preço da arroba, além do mercado de leite também registrar crescimento”. O gerente comenta que olhando para seus negócios, a Boehringer também cresceu consideravelmente. “Os resultados em algumas de nossas linhas de atuação, mesmo diante de um ano com seus costumeiros percalços, mostra a importância do nosso trabalho e o posicionamento que temos no setor”, comenta.

Com atuação na área de gené-

tica animal, César Franzon, gerente de desenvolvimento de mercado da CRV Lagoa, declara que o mercado foi um pouco atípico, diferente do que se era esperado, mas que em geral foi bom, com novidades e desafios para o pecuarista, tanto de leite, quanto de corte. “Encaramos diversos momentos diferentes e agora neste fim de ano a alta da arroba traz um fôlego a mais para nós e para o produtor, além de novo ânimo para o ano que vem”. Dentro do setor, Franzon acredita que o mercado

foi pautado em avaliação, materiais genéticos superiores, com a maioria dos pecuaristas descobrindo que genética pode fazer a diferença no negócio dele. “Eles cada vez mais enxergam que investir em um animal mais precoce e mais produtivo vai trazer mais dinheiro e rentabilidade ao longo do tempo”.

Nem tudo são flores para a pecuária, e às vezes o choque de realidade pode vir em números bem desfavoráveis para parte do setor. O diretor-geral da Biogênese Bagó Brasil, Marcelo Bulman, conta que quando se analisa o mercado de bovinos, com os números preliminares do balan-



ço para a indústria veterinária, o mercado basicamente não cresceu, e registrou aumento de 1 a 2%. “Apesar de não serem os dados finais, acreditamos que agora para dezembro, com os números de novembro onde houve campanha parasitária e forte manejo do gado, o mercado não deve crescer mais do que 3%”, declara. Em comparação com 2018, a porcentagem está bem abaixo do registrado, onde o mesmo segmento cresceu na ordem de 8%.

A partir disso, para o executivo, 2020 é uma incógnita, pois agora vivemos um momento de arroba a R\$ 210,00, que vem variando positivamente de preço de hora em hora. “Hoje o produtor está na expectativa e esperançoso de que estes números se mantenham. Penso que o primeiro trimestre do ano que vem é fundamental para termos ideia de como será a temporada como um todo”.

CAMILA FERRAZ,
GERENTE DE
MARKETING DA
BOEHRINGER
INGELHEIM, E
ROUBER SILVA,
GERENTE TÉCNICO DE
GRANDES ANIMAIS:
“FELIZMENTE
TERMINAMOS O ANO
COM BOAS NOTÍCIAS,
CONSIDERANDO
ESTE AUMENTO
SIGNIFICATIVO
DO PREÇO DA
ARROBA, ALÉM DO
MERCADO DE LEITE
TAMBÉM REGISTRAR
CRESCIMENTO”.



DIRETOR-GERAL
DA BIOGÉNESIS BAGÓ
DO BRASIL,
MARCELO BULMAN:
“NO MOMENTO, O
PRODUTOR ESTÁ
NA EXPECTATIVA E
ESPERANÇOSO DE
QUE ESTES PREÇOS
DA ARROBA SE
MANTENHAM.
PENSO QUE
O PRIMEIRO
TRIMESTRE DO
ANO QUE VEM É
FUNDAMENTAL
PARA TERMOS
IDEIA DE
COMO SERÁ A
TEMPORADA”.

Cheios de esperança e trabalho

É com a expectativa em alta, que o ano que vem deve começar já com boas notícias para o mercado. Em cima disso, ações, como o incremento de ferramentas que ajudem os produtores, estão sendo postas em prática dentro dos principais setores do nosso agro, para quem sabe termos um 2020 superior ao ano de 2019. “O otimismo do produtor de carne é bom para o mercado como um todo. A nossa perspectiva é que 2020 seja igual foi este segundo semestre, com o pecuarista tendo uma rentabilidade maior, o que acaba refletindo na cadeia”, declara Izaías Claro Júnior, gerente de serviços técnicos da Zoetis.

Já Antony Luenenberg, coordenador técnico de bem-estar animal da MSD Saúde Animal, comenta que para o ano que vem a companhia continuará trabalhando em inovação, fortalecendo sua parte de programas e serviços, para cada vez mais levar tecnologia



aos clientes. “Pensando em proteína animal, vejo que para 2020 o mercado será bastante favorável, visualizando assim o pecuarista mais ávido por tecnologias dentro das fazendas. Dessa forma, com nossos serviços temos que ajudá-los a aumentar a produtividade e a lucratividade”.

Com frequente participação no Top List, na Kepler Weber, apesar das perspectivas de mercado serem positivas, principalmente no que se diz respeito a preço agrícola e aumento do consumo de proteínas animais, a expectativa para o mercado de armazenagem é de um ano bastante desafiador. “Se trata de um investimento quase que imobiliário, onde as pessoas pensam um pouco mais antes de fazer”, diz Tadeu Franco VINO, superintendente comercial e de marketing da companhia. Com isso, ele comenta que o trabalho da empresa será focado em arrumar formas de fazer o produtor enxergar a importância deste segmento dentro do agro como um todo.

TADEU FRANCO VINO (À ESQ), SUPERINTENDENTE COMERCIAL E DE MARKETING DA KEPLER WEBER E ANTONY LUENENBERG (A DIR) COORDENADOR TÉCNICO DE BEM-ESTAR ANIMAL DA MSD SAÚDE ANIMAL.

Confira os premiados do TopList e Top Rural 2019



BRADESCO

Banco Privado
Rui Pereira Rosa



BOEHRINGER

Aftobov

(Vacinas contra Aftosa)

Bovela

(Vacinas contra BVD)

Eqvalan

(Vermífugos para Equínos)

Buscopan Composto

(Produto para Cólica Equina)

Rouber Silva e Camila Ferraz



CASE IH

Colhedora de Cana
Fábio Melo



CORTEVA

Pionner
(Sementes)
Corteva
(Defensivos para Pastagem)
Top Rural 2019
Corteva
(Melhor Campanha
Institucional de Marca)
Danielle Brito



BIOGÉNESIS BAGÓ

Top Rural 2019

Projeto “Na Estrada”

(Melhor Ação de Marketing a Campo)

Marcelo Bulman



TORTUGA

Uma marca DSM

Sal Mineral

Leandro Ferreira

Kátia Bezerra

Aline Marques

Adriana Pineda



JUMIL

Plantadeiras e

Colhedora de Forragem

Luiz Fernando Gomiero



ELANCO

Rumensin

(Aditivos Alimentares)

Top Rural 2019

Acatak

(25 Anos de Sucesso)

Maria Reis e Fábio Lima



CRV LAGOA

Inseminação Artificial

Cesar Franzone e

Elthon Capelotto



MSD

Butox

(Carrapaticidas e Anti Mosca-dos-Chifres)

Ciosin

(Estimuladores de Cio)

Pencivet

(Antibióticos)

Top Rural 2019

Programa “Criando Conexões

(Melhor Ação para Difusão do Bem Estar Animal)

Antony Luenemberg e Fátima Costa



MATSUDA

Sementes para Pastagem
e ILPF

André Tadao



KEPLER WEBER

Silos

Luiz Felipe Leidens

e João Tadeu Vino



MASSEY FERGUSON

Tratores e Colheitadeiras

Milton Rizzato



ZOETIS

Cattle Master (Vacinas Reprodutivas)

Dectomax (Vermífugos)

CIDR (Hormônios para IATF)

Zoetis (Vacinas)

Top Rural 2019

Grupo Gerar

(Melhor Ação para Difusão de Conhecimento em Reprodução Bovina)

Izaías Claro Júnior e Silvia Sibalde

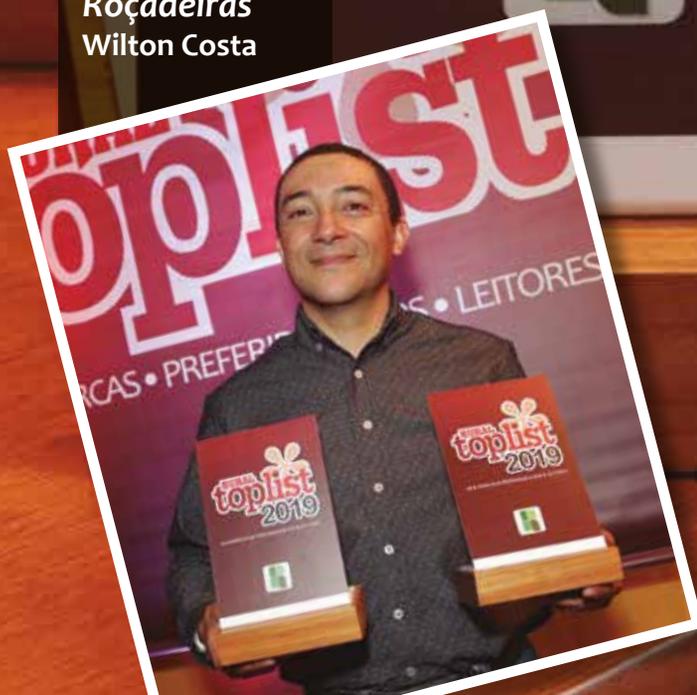


STIHL

Motoserras e

Roçadeiras

Wilton Costa



SYNGENTA

Engeo (Inseticidas)

Elatus (Fungicidas)

Avicta (Nematicidas)

Fortenza Duo (Tratamento de Sementes)

Top Rural 2019

Syngenta

(Melhor Marketing Digital no Agro)

Melissa Cavalari, Luana Meier, Mariana Prado, Camila Rizzi e Gabriela Oliveira



Novas ameaças, novas soluções

A partir de uma mesma molécula, a *dinotefuran*, a Ihara lança três novos produtos de uma só vez, contra as principais pragas da lavoura.



Tendo lançado cerca de 20 produtos só nos últimos dois anos, a Ihara coloca no mercado ainda em 2019, três novidades pertencentes à família da molécula *dinotefuran*, que promete eficácia de até 95% no combate as pragas do campo. Clayton Veiga, diretor de marketing, pesquisa e desenvolvimento da empresa, comenta que a demanda surgiu dos pró-

prios produtores em conversas nas fazendas. “Percebemos a necessidade de melhorar o manejo das pragas do campo. Com isso, nosso time de pesquisa começou a desenvolver combinações que pudessem oferecer formulações que de fato mudassem o cenário atual do manejo das pragas”, diz. Deste trabalho nasceram Zeus, indicado a culturas como soja, milho, trigo,

A nova linha de produtos ataca a maioria das pragas que ameaçam as principais lavouras cultivadas no Brasil, como soja, milho, trigo, feijão, cana de açúcar, batata, café e até mesmo pastagens.



pastagem, entre outras; Maxsan, para cana-de-açúcar, soja, batata, pastagem e feijão; e Spirit, produto indicado principalmente para a cafeicultura.

“Zeus, é uma mistura de dois princípios ativos, incluindo dinotefuran, que entrega eficácia na ordem de 95% na média dos resultados, 15% a mais do que se tem hoje”, declara Veiga. Já para a cana, a Ihara buscou oferecer o que hoje não se vê no mercado. “Maxsan é o primeiro produto que se comprova eficiente em todas as fases das pragas”. E no café, o diretor comenta que oferecer apenas o manejo integrado de pragas seria pouco, então foi feita uma combinação de formulação exclusiva, visando o melhor resultado no campo.

Com estes produtos sendo desenvolvidos há mais ou menos dez anos, a empresa reafirma a missão contribuir para o progresso do agricultor.

CLAYTON VEIGA,
DIRETOR DE
MARKETING,
PESQUISA E
DESENVOLVIMENTO
DA IHARA:
“PERCEBEMOS
A NECESSIDADE
DE MELHORAR
O MANEJO DAS
PRAGAS DO CAMPO.
COM ISSO, NOSSO
TIME DE PESQUISA
COMEÇOU A
DESENVOLVER
COMBINAÇÕES
QUE PUDESSEM
OFERECER
FORMULAÇÕES
QUE DE FATO
MUDASSEM O
MANEJO DAS
PRAGAS”.



GERALDO PAPA,
PROFESSOR DA
UNIVERSIDADE
ESTADUAL
PAULISTA (UNESP):
“DESDE OS ANOS
90 PARTICIPO
DE TESTES COM
A MOLÉCULA
DINOTEFURAN. ELA
ERA UM NÚMERO
AINDA, NÃO TINHA
NOME COMERCIAL
E JÁ LOGO NOS
PRIMEIROS
EXPERIMENTOS
IMPRESSIONOU
A MIM E A MINHA
EQUIPE, QUE VIRAM
O CONTROLE BOM
QUE DAVA”.

“Isso é algo que discutimos diariamente, buscando gerar ajuda a ele”, diz Veiga. Com um investimento de 20 milhões de dólares em pesquisa e desenvolvimento a fim de oferecer novas ferramentas, a Ihara não deve parar por aí. “Ainda temos novidades a serem comercializadas. Ano que vem, por exemplo, serão mais quatro lançamentos”.

Eficácia testada e comprovada ao longo do tempo

A família dino vem para oferecer ao produtor um novo patamar no controle para as pragas as quais eles estão registrados. “Nossa crença é numa nova fase de controle dentro das fazendas”, declara Veiga. Mas, o diretor faz um alerta aos agricultores. Segundo ele é necessário fazer o monitoramento da lavoura, entrando com as



aplicações a partir do nível de danos estabelecido. “Considerando que o produtor seguirá nossas recomendações, aplicando no momento correto, nós acreditamos que os níveis de eficácia trarão resultados não antes vistos na agricultura”.

Geraldo Papa, renomado professor da Universidade Estadual Paulista (Unesp), comenta que desde os anos 90 participa

de testes com a linha dino. “Ela era um número ainda, não tinha nome comercial e já logo nos primeiros experimentos impressionou a mim e a minha equipe, que viram o controle bom que dava”. Ele conta que dentro de testes que realiza ao longo dos anos, há os resultados na média, e os fora da média, que foi o que aconteceu com esta molécula. “Com o passar do tempo, a

A estratégia é fortalecer a participação dos novos lançamentos no mercado e assegurar que os produtores conheçam bem estes novos produtos, utilizando-os de forma correta e segura.



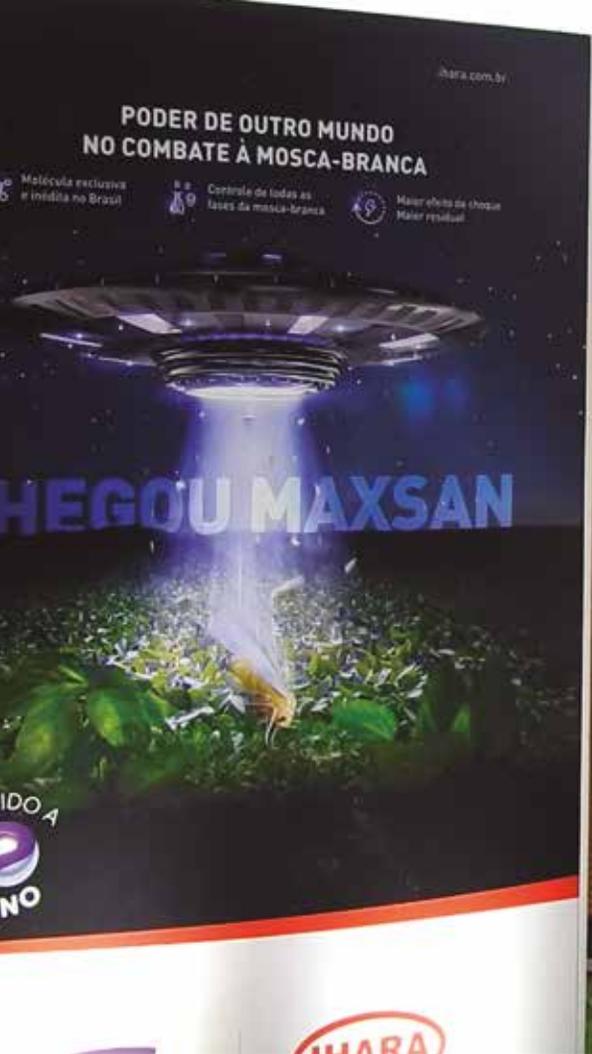
linha foi se aperfeiçoando e havia um anseio pela entrada dela no mercado para ajudar a agricultura como uma ferramenta de perfil toxicológico favorável e de excelente solução para o controle de pragas, principalmente dos sugadores”, diz Papa.

Instrução através da comunicação

Com tantos lançamentos “saindo do forno”, a Ihara se preocupa em não apenas promover o produto, mas junto dele assegurar todas as informações técnicas e instruções de uso seguro do produtor. Dessa ma-

neira, Gabriel Saul, gerente de comunicação, marketing e digital marketing da companhia, conta que com as campanhas de lançamentos, há sempre alguns projetos em paralelo, a fim de instruir todo setor, seja em eventos presenciais ou através das redes sociais. “Aproveitamos para, entre outros, desmistificar alguns tabus em relação ao agrotóxico, por exemplo”, comenta.

Para que tudo o que a empresa faça chegue ao cliente da melhor maneira possível, Saul diz que internamente há uma estratégia das marcas, sejam elas de nicho ou então Brasil inteiro.



“Penso que este seja o nosso grande diferencial. Não estamos preocupados apenas em levar soluções para os grandes agricultores e grandes culturas, também estamos engajados em levar produto para o pequeno agricultor e culturas de nicho”, declara.

Na avaliação do gerente o ano 2019 foi ano significativo para a Ihara, principalmente no que se diz respeito a ampliação do portfólio. “Além da família dino tivemos uma novidade bastante importante para a nossa história, que foi o Certeza N, para tratamento de sementes. Isso não é positivo apenas para a companhia, mas sim para o mercado, porque ao todo são cinco novas ferramentas à disposição do produtor”, diz. Para o ano que vem, Saul revela que a estratégia é fortalecer os lançamentos e assegurar que os produtores conheçam estes novos produtos, os utilizando de forma correta e segura.

GABRIEL SAUL,
GERENTE DE
COMUNICAÇÃO
E MARKETING
DA IHARA:

“NÃO ESTAMOS
PREOCUPADOS
APENAS EM LEVAR
SOLUÇÕES PARA
OS GRANDES
AGRICULTORES
E GRANDES
CULTURAS,
TAMBÉM ESTAMOS
ENGAJADOS EM
LEVAR PRODUTO
PARA O PEQUENO
AGRICULTOR E
CULTURAS DE
NICHOS”.



Uma década de “vacas gordas”

No geral, os últimos dez anos foram especialmente promissores para a pecuária brasileira, que se tornou mais produtiva, eficiente, tecnológica e conquistou o mundo, abrindo novos e interessantes mercados.

Texto: Bruno Zanholo • Fotos: Davi Canto e Arquivo Rural





Na última década a expansão do setor de *commodities* na América Latina impulsionou a pecuária brasileira, aumentando sua participação no comércio internacional. Assim, se tornou necessária a produção de mais proteínas animais de alta qualidade para os mercados interno e externo, com menos recursos e em menor tempo. “Com o diferencial

de possuir condições naturais que favorecem a produção pecuária, já nos consolidamos como o dono do maior rebanho comercial de bovinos do mundo”, diz Juliano Sabella, diretor de marketing da área de ruminantes Brasil da DSM. Para ele, com vegetação, clima e abundância de água, que permitem a produção em sistemas de pasto na maior parte

Com vegetação, clima e abundância de água, que permitem a produção em sistemas de pasto na maior parte das regiões do País, o Brasil tem ainda espaço para crescer o rebanho e a produtividade.



das regiões do País, o Brasil tem ainda espaço para crescer o rebanho e a produtividade. “Dá para fazer de forma sustentável, ocupando a mesma área, apenas aplicando tecnologias que contribuam para impulsionar a produtividade nas fazendas”, comenta.

Destaque entre os sistemas de produção

No cenário positivo em que se apresenta o setor, o confinamento despontou como um método eficaz para atender a demanda, sobretudo em regiões onde os períodos mais secos do ano, tornam o pasto menos nutritivo para os animais. Em dez anos, o número de animais confinados no Brasil dobrou, chegando a ser recorde em 2019, conforme levantamento feito pela DSM. “O resultado mostra que há

“COM A PERSPECTIVA DE CRESCIMENTO DA ECONOMIA, TEREMOS AUMENTO NA AQUISIÇÃO DE PROTEÍNAS, E NÃO SÓ DE CARNE, MAS LEITE TAMBÉM”, DIZ JULIANO SABELLA, DIRETOR DE MARKETING DA ÁREA DE RUMINANTES BRASIL DA DSM.

O confinamento despontou como um método eficaz para atender a demanda, sobretudo em regiões onde os períodos mais secos do ano, tornam o pasto menos nutritivo para os animais.

5,3 milhões de animais confinados no País neste ano, com tendência de ser superado já em 2020, produzindo mais arrobas em menos espaço, cada vez mais”, declara o gerente nacional de confinamento da companhia, Marcos Baruselli.

Os dados atuais também apontam um crescimento de 2% sobre o registrado ano passado, e 10,7% superior ao rebanho confinado em 2015, quando a empresa começou a realizar o levantamento. Regionalmente, o censo mostrou



que as regiões Centro e Sudeste continuam com o maior número de bovinos confinados, com total de 3,83 milhões. Já a região Norte vem em segundo lugar, com 597 mil animais, seguida pelas regiões Nordeste e Sul, com 372 mil e 340 mil bovinos, respectivamente. “O pecuarista brasileiro está cada

vez mais atento para a produtividade do rebanho. Notamos que, em função de uma série de benefícios proporcionados pelo confinamento, é cada vez mais comum a opção por esse sistema para a terminação de bovinos de corte”, comenta Baruselli.

Com números expressivos,





“O PECUARISTA BRASILEIRO ESTÁ CADA VEZ MAIS ATENTO PARA A PRODUTIVIDADE DO REBANHO”, COMENTA O GERENTE NACIONAL DE CONFINAMENTO DA DSM, MARCOS BARUSELLI.

incluindo o aumento de 14% no consumo de carne por parte do brasileiro nesta década, as expectativas trazem a necessidade das empresas ligadas ao setor estarem preparadas para suprir o aumento das demandas. “Com a perspectiva de crescimento da economia, teremos maior aumento na aquisição das proteínas, e não só de carne, mas leite também. Continuamos investindo em novas tecnologias e soluções para 2020, preparando-nos para a nova realidade do mercado”, declara Sabella.

O censo realizado pela DSM mostrou que as regiões Centro-Oeste e Sudeste continuam abrigando o maior número de bovinos confinados, num total de 3,83 milhões de cabeças.

VACINA DE VERDADE

É AQUELA QUE PROTEGE
POR COMPLETO O REBANHO
CONTRA AS PRINCIPAIS
DOENÇAS REPRODUTIVAS.



COMPROMISSO
TÉCNICO



zoetis

Segredos de um campeão

Duas décadas e meia após de seu lançamento, tradicional produto antiparasitário segue mostrando alta eficiência no controle de carrapatos e mantém-se na liderança do mercado.

Texto: Bruno Zanhoilo • Fotos: Divulgação





Há quase 25 anos no mercado brasileiro, o Acatak, originalmente da Ciba-Geigy, e que hoje pertence a Elanco, impacta na produção carne e leite em todo hemisfério Sul. Tendo o Brasil, Austrália, África do Sul e Argentina como seus maiores mercados, o produto surgiu no meio da década de 90 como uma revolução, pois tinha formulação única e exclusiva, uma vez que os produtos da concorrência eram de outra categoria, com princípio ativo diferente. “O Acatak controla o carrapato com baixa toxicidade, e foi essa a revolução que causou. Não tinha concorrente que ao longo do período diminuísse o carrapato na propriedade, então ele veio e se colocou como uma ferramenta importante na estratégia de combate”, declara o gerente de marketing da empresa, Fabio Moraes.

Indicado para o controle estratégico do carrapato dos bovinos *Rhipicephalus (Boophilus) microplus*, incluindo cepas resistentes a organofosforados,

“NA ELANCO PRECONIZAMOS EM FAZER O PRODUTOR APLICAR DA MANEIRA CORRETA, POIS SABEMOS QUE DARÁ RESULTADO”, DECLARA O GERENTE DE MARKETING DA COMPANHIA, FABIO MORAES.



“OFICIALMENTE O PRODUTO NUNCA FOI LANÇADO, MAS SIM INTRODUZIDO AO MERCADO AOS POUCOS E COM BASTANTE CUIDADO, POIS ERA FÁCIL A EMPRESA SE QUEIMAR COM ALGO QUE ERA CARO E NA CABEÇA DO PRODUTOR NÃO REALIZARIA O QUE ELE DESEJAVA”, DIZ CARLOS DOURADO, CONSULTOR.

amidinas e piretroides em bovinos de corte e animais reprodutores, Acatak protege o gado contra o aparecimento de formas adultas durante um período entre oito e doze semanas. Além disso, conta com a mesma formulação desde seu lançamento, permitindo que os bovinos estejam livres da infestação e da espoliação. A ação de eliminar as formas parasitárias antes que atinjam a fase adulta reduz gradativamente a infestação nos pastos, espaçando os tratamentos ao longo do tempo.

Dessa maneira, Moraes comenta que as vantagens de utilizá-lo são diversas, como por exemplo, o melhor custo-benefício do mercado. “O tratamento por animal é de nove centavos, enquanto o do concorrente em média custa 15. Por não ter alteração em sua fórmula, valorizamos seu o custo benefício, diferencial no mercado e eficiência”, diz. Para ele, desde o desenvolvimento, Acatak foi bastante feliz, pois além da questão financeira possui alta aderência e absorção



do animal. “Na Elanco preconizamos em fazer o produtor aplicar da maneira correta, pois sabemos que dará resultado”.

Presente no começo da história

Carlos Dourado hoje é consultor, mas por muitos anos trabalhou em empresas do agro. E um de seus trabalhos foi justamente

participar dos primeiros passos do Acatak no mercado nacional. “Quando foi desenvolvido mudou o mercado, pois iríamos vender algo que não matava carrapato, mas sim inibia o desenvolvimento do ciclo. Dessa forma, não podíamos vender em loja, porque o fazendeiro ia querer algo para matar, pois é imediatista”, diz. Dourado conta que na época o Acatak custava R\$ 7,00, enquan-

A ação de eliminar as formas parasitárias antes que atinjam a fase adulta reduz gradativamente a infestação nos pastos, espaçando os tratamentos ao longo do tempo.



to os outros de um real para menos. “Em cima disso, não fomos pela revenda e sim pelo fazendeiro direto, pegando o Rio Grande do Sul, onde havia muito problema com a doença, para explorarmos”, diz. Foram escolhidos 11 municípios onde veterinários eram levados para mostrar como o produto funcionava. “Oficialmente o produto nunca foi lançado, mas sim introduzido ao mercado aos poucos e com bastante cuidado, pois era fácil a empresa se queimar com algo que era caro e na cabeça do produtor não realizaria o que ele desejava”.

Para ajudar a melhor compreensão por parte do pecuarista, no

começo foi lançado um programa chamado “Consultor Acatak”, onde balconistas das principais lojas eram treinados para que tivessem como ajudar quem chegasse na revenda, o que segundo Dourado, deu resultado logo de início. “Chegávamos nos estabelecimentos e o dono nos indicava uma pessoa que já entendia um pouco do assunto para que aí pudéssemos incrementar as informações do produto, principalmente quanto a dosagem, uma vez que a subdosagem atrapalha até hoje o período de proteção, o que acaba impactando no bolso do produtor”, declara. O impacto da novidade também se deu na con-



corrência como um todo. Dourado conta que no início, o mercado reagiu não se assustando muito com o Acatak, porque o preço era alto e eles achavam que não ia vender. “Depois que começou a fazer sucesso, foram inventadas histórias sobre danos que causaria, para tentar nos prejudicar. Como não funcionou, a concorrência partiu para tentar fazer um produto igual, assim, lançaram alguns com a mesma base, mas não a mesma formulação”, conta.

Solidez comercial

Como segue sendo sinônimo de solução na “hora do aperto”

ao longo do tempo, o produto é bastante utilizado até hoje, com reconhecimento e alta vendagem em todo País. “Quando o produtor tem problema de carrapato, ele nos aciona e entramos com a ajuda dentro da fazenda”. Moraes diz que dentro do portfólio da Elanco, o antiparasitário está entre os cinco produtos mais importantes na categoria bovinos, sendo o principal no controle de carrapato.

Para seguir com essa história, o gerente comenta que é preciso o engajamento dos distribuidores e balconistas espalhados pelas agropecuárias brasileiras. “Damos destaque para os promotores di-



retos e indiretos do produto. O esforço é constante, sem baixar a guarda”, diz. Para ele, o desafio é grande pois há tendência do produtor querer experimentar novas soluções, mesmo que no fim volte a utilizar o Acatak, devido à segurança que passa e os resultados que gera.

Já Dourado comenta que a política da empresa de não depreciar o produto, não baixando preço,

por exemplo, é o que dá o sucesso até hoje ao carrapaticida. “Se a companhia tivesse outros produtos de grande valor, não sei se o Acatak estaria com essa força nos dias atuais”. Segundo ele, desde a década retrasada a empresa prega que o preço dessa ferramenta é proporcional ao valor de sua atuação no rebanho. “É preciso continuar com o processo educacional do cliente, para que

Se a formulação segue a mesma, o jeito de se comunicar com o mercado mudou bastante. Com a chegada da era digital no agronegócio, as empresas do setor estão em constante processo de atualização.



ele entenda o controle estratégico do carapato, pois produtos não resistem ao mau uso”.

Um “F5” no modo de se comunicar

Moraes conta que ainda hoje não é fácil vender para o mercado bovino um produto que por todos benefícios e história que tem, é mais caro. Dessa maneira, é preciso provar que o investimento vale a pena. “É isso que temos que destacar cada vez que vamos vender o Aca-

tak, utilizando todos esses 25 anos como prova de eficiência e resultado”, diz.

Se a formulação segue única desde o princípio, o jeito de se comunicar com o mercado mudou bastante. Com a chegada da era digital no agrogêcio, as empresas do setor estão em constante processo de atualização para conseguir transmitir suas mensagens através desta nova realidade. Na Elanco não é diferente, e o gerente conta que em 2018 a marca começou a produzir mais material para as redes sociais, abrindo canais de comunicação na web, principalmente através

do Facebook. “Temos também a página do Acatlak em nosso site, onde qualquer pessoa pode saber mais sobre ele. Nossa ideia tem sido desenvolver peças digitais para aumentar nosso braço até o produtor, através dos meios de comunicação que ele usa”, declara. Para Moraes, o tripé deste novo cenário se resume a campanhas de venda, pontos de distribuição e forte presença nas mídias sociais.



Ganhando o mundo...

Disposta a conquistar novos e promissores mercados,
a Associação Abacates do Brasil participou da Fruit Attraction 2019
a maior feira de Frutas da Europa.





A Abacates do Brasil - Associação Brasileira dos Produtores juntamente com a ABRAFRUTAS-Associação Brasileira dos Produtos de Frutas e Derivados e a APEX-Brasil - Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos participou da Fruit Attraction a maior feira de frutas da Europa, em Madri, na Espanha, no mês de outubro.

A ABRAFRUTAS congrega o Projeto Bi Brasil que faz a ponte dos produtores e exportadores de frutas brasileiros e está presente na Fruit Attraction com o Estande Brasil, onde estão reunidos produtores de FLV do país que exportam para o mercado euro-

peu e outros mercados. A feira tem por objetivo mostrar o mapa da cadeia produtiva de frutas e derivados no Brasil e é visitada por empresários de todo o mundo que operam neste comércio.

Esse ano a Fruit Attraction reuniu mais de 1.800 expositores e 90 mil empresários de 130 países, do setor de FLV – Frutas, Verduras e Legumes.

Para o Presidente da Abacates do Brasil Jonas Octávio “a participação na feira foi uma excelente oportunidade de divulgar a Associação e fortalecer o Brasil no exterior, mostrar a potencialidade da produção de abacate no Brasil, abrindo novas frentes de



O PRESIDENTE DA ABACATES DO BRASIL JONAS OCTÁVIO E A DIRETORA DA ASSOCIAÇÃO CECÍLIA WHITAKER, NO ESTANDE DA ENTIDADE NA FEIRA FRUIT ATTRACTION, EM MADRI NA ESPANHA.

negócios para comercialização do fruto no mercado externo”.

Trabalho em prol da fruta

A Abacates do Brasil foi criada em 2006, e é uma organização civil sem fins lucrativos, organizada por produtores rurais e demais elos representados na cadeia produtiva do Abacate. Ela atua em todo o território nacional, e tem como objetivo central a promoção de Abacate como produto no campo da produção, comercialização, industrialização, valorizando todas as suas qualidades nutricionais, nutracêuticas, cosméticas e outros benefícios.

Seu objetivo é unir os produtores de abacate imprimindo sustentabilidade na cadeia produtiva. Para isso, ela tem suas metas bem definidas:

- *Buscar constantemente o desenvolvimento tecnológico da cadeia do Abacate;*
- *Incentivar o aumento do consumo per capita de Abacate no Brasil e no exterior;*
- *Garantir a sustentabilidade da cadeia produtiva do abacate no Brasil;*
- *Preservar o meio ambiente.*

A associação Abacates do Brasil fomenta o crescimento da cadeia produtiva do Abacate, amparada na força nutricional

do fruto. Ela agrega 70% dos produtores nacionais de abacate volta suas ações também para o consumidor final, com o perfil Amo Abacate, para mídias sociais e site www.amoabacate.com.br

Uma lavoura importante para o Brasil

A produção de frutas no Brasil totaliza 41,023 milhões de toneladas, conferindo ao país o terceiro lugar na produção mundial de frutas. Segundos dados do CEAGESP, o consumo de abacate está posicionado em décimo segundo lugar, entre as frutas consumidas pelos brasileiros. A produção brasileira de Abacate chega a 195.492 toneladas. O destaque de região produtora fica com os Estados de São Paulo (160.945 toneladas), Minas Gerais e Paraná.

O IBGE aponta que o consumo percapta no Brasil é de apenas 1 quilo por ano. Para um país de tamanho continental como o Brasil, esse consumo fica bem abaixo do esperado, já que em outros países como o México, por exemplo, o consumo percapta fica ao redor de oito

quilos e nos Estados Unidos, cinco quilos.

Segundo dados do IBGE na Pesquisa Agrícola de Municípios, a área brasileira destinada a produção de abacate é de 10.868 hectares (*dados de 2016*). O destaque fica para a região Sudeste.

Os associados da Abacates do Brasil são produtores de abacate, muitos deles diversificaram sua produção com subprodutos usando o abacate como matéria prima. Mas um dos produtos novos é o Azeite de Abacate e de avocado. O óleo funcional extremamente nutritivo e com amplo uso na culinária e gastronomia.



TUDO PEÃO DE SUCESSO TEM O SEGREDO DE

UM REBANHO DE PESO.

Cydectin® é como Guilherme Marchi: implacável.

Sua formulação exclusiva à base de moxidectina é comprovadamente mais potente e eficaz contra os parasitos internos e externos dos bovinos. É o endectocida de última geração contribuindo com a evolução da pecuária brasileira.



4X
4x mais potente
que a ivermectina


Mais eficaz que a
ivermectina de alta
concentração

GUILHERME MARCHI
CAMPEÃO MUNDIAL
DE MONTARIA EM TOURO

www.zoetis.com.br/cydectin



Consulte o médico veterinário.

Copyright Zoetis Indústria de Produtos Veterinários Ltda. Todos os direitos reservados. Material produzido em Novembro/2019. #MH-04848





AVICULTURA

Na era da “nutrição de precisão”

Os avanços tecnológicos em genética, manejo, controle das condições sanitárias, aperfeiçoamento de pessoal e constante melhoria das dietas e insumos garantem desempenhos produtivos que colocaram o Brasil como player produtor e exportador mundial de carne de frango e ovos.

Texto: Nayara Tavares Ferreira* • Fotos: Divulgação e Arquivo Revista Rural



A pesar de toda a evolução, a produção avícola é muito competitiva e possui uma estreita margem de lucro. No sistema industrial de produção de aves, independentemente da região ou sistema de criação, o custo de alimentação representa aproximadamente 70% dos custos totais. Assim, formulações voltadas à nutrição de precisão que busque o ajuste mais preciso entre as exigências de nutrientes e o fornecido na dieta aos animais, podem contribuir para aumentar a margem de lucro e diminuir a excreção de nutrientes ao ambiente. A nutrição animal atual. Por muito tempo as pesquisas em alimentação e nutrição foram focadas em estudar principalmente três aspectos: a composição nutricional e a digestibilidade dos ingredientes; a exigências nutri-

cionais dos animais; e a resposta animal em relação à retenção e excreção de nutrientes. As exigências de um nutriente podem ser definidas como a quantidade de nutrientes necessária para atingir objetivos específicos de produção como maximizar o ganho de peso, produção de ovos e melhorar a conversão alimentar.

Com base nesses aspectos, na criação industrial, os programas nutricionais são estabelecidos pelo balanço entre a quantidade de nutrientes dos ingredientes e as exigências nutricionais dos animais, e as dietas são fornecidas através de alimentação por fases, ou seja, fornece aos animais um número sucessivo de dietas com o objetivo de atender as exigências em função da idade ou peso vivo. Variáveis como uniformidade do lote, estado



NAYARA TAVARES FERREIRA,
GERENTE TÉCNICA
DE AVICULTURA
DA POLINUTRI



sanitário, sexo, fatores climáticos interferem na tomada de decisão em relação aos níveis nutricionais que serão utilizados em cada fase. Sabe-se que os procedimentos técnicos e administrativos são baseados na média do lote, pois não é prático, econômico e viável manejar e alimentar aves individualmente. Assim, o nutricionista deve estabelecer se os níveis utilizados nas dietas serão para atender o indivíduo médio da população (B), ou se utilizará níveis para mínimo custo, formulando com níveis menores e nivelando a dieta

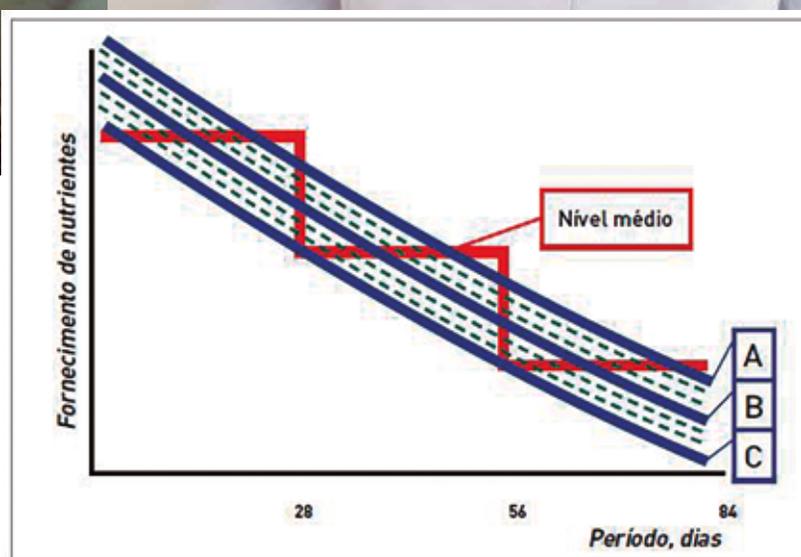


FIGURA 1 Requerimento nutricional do indivíduo mais exigente (A), do indivíduo médio da população (B) e requerimento dos indivíduos menos exigentes (C). Concentração de nutrientes fornecidos considerando o requerimento médio da população utilizando sistema de alimentação de três fases.

para os indivíduos menos exigentes (C) ou o oposto, níveis para atingir a máxima resposta (A) (**Figura 1**).

Entretanto, a intensificação da indústria tem levado os nutricionistas a desenvolverem estratégias nu-



tricionais onde outros objetivos de produção além da máxima resposta também devem ser otimizados. Nesse sentido, existe uma pressão para realização de pesquisas direcionadas para uma nutrição mais precisa, com o objetivo de estimar o potencial nutritivo dos ingredientes e as exigências nutricionais com melhor acurácia em relação ao estado fisiológico do animal em condições de produção.

Contextualização da nutrição de precisão - Apesar de toda a evolução no sistema avícola, é amplamente discutido a necessidade de duplicar a produção de proteína animal para atender a demanda por alimento até o ano de 2050. Para tanto, estima-se que 70% deste adicional de produção dependerá de novas tecno-

logias ou de sistemas inovadores. Dentre essas tecnologias, a nutrição de precisão é uma das alternativas para atender a demanda nutricional visando a disponibilidade dos nutrientes para que possa atender às exigências, respeitando a viabilidade econômica do processo e a sustentabilidade do meio ambiente. Ou seja, técnicas de alimentação que permitem fornecer um alimento que atenda às exigências nutricionais em quantidade e no momento adequado.

A nutrição de precisão é um conceito agrícola que considera aspectos de variabilidade inter e intra indivíduos. Esta variabilidade resulta das diferenças entre os animais no que se refere à genética, idade e peso. Além dessa variação intrínseca



ao animal existe também a variação extrínseca, que se refere a fatores externos que influenciam o desempenho dos animais e as exigências nutricionais. Cada animal reage de diferente maneira a esses efeitos o que pode aumentar a variabilidade entre os animais.

A nutrição de precisão visa, portanto, considerar esses aspectos e vem ao encontro de estudos que demonstraram a importância de considerar a variabilidade entre e intra animais na avaliação da resposta biológica e nos programas nutricionais.

O conceito na prática

Existe uma grande pressão para que o sistema de produção avícola fique mais eficiente e ambientalmente

mais sustentável. Nesse sentido, na prática, a aplicação da Nutrição de Precisão visa manter ótimas respostas de desempenho e reduzir o excesso de nutrientes nas dietas formuladas. No entanto, essa é uma tarefa complexa, uma vez que o excesso de nutrientes garante que todos os animais expressem a máxima resposta em populações heterogêneas.

Assim, novas práticas preocupadas com a sustentabilidade agrícola e também dos ecossistemas são essenciais para garantir que a demanda por alimento seja suprida sem comprometer a integridade ambiental das regiões produtoras. Para o sucesso dessa operação, é necessário a integração de sistemas, que permitem mensurar consumo, peso vivo, produção de ovos, temperatura,

etc, em tempo real de uma população aves (**Figura 2**). Com os avanços tecnológicos, boa parte dos processos da produção animal podem ser submetidos a automação, possibilitando através de sistemas integrados de equipamentos realizar a alimentação, monitoria e controle do ambiente. Os sistemas integrados apresentam inúmeros potenciais benefícios, pois não representam apenas uma forma de combinar esses vários subsistemas, mas também um mecanismo de delegar controles automáticos sobre eles.

Além desses sistemas permitir o fornecimento de uma nutrição adequada, também podem melhorar aspectos relacionados à sanidade, bem-estar e ambiente dos animais. Entretanto, no que se refere a nutrição, a eficiência desses sistemas está relacionada a uma determinação precisa do valor nutritivo dos alimentos e das exigências nutricionais dos animais, para que as dietas formuladas possam ser ajustadas de forma concomitante com o aporte de nutrientes e às exigências dos animais.

Esse ajuste concomitante do aporte de nutrientes requer o conhecimento das exigências nutricionais de uma população em função da sua variabilidade animal, atual estado e da evolução do consumo e crescimento no tempo (Pomar et al., 2009). Uma vez que o requerimento nutricional muda com o crescimento e o consumo de ração, assim, conhecer essas variáveis permite o correto fornecimento de nutrientes, corrigindo

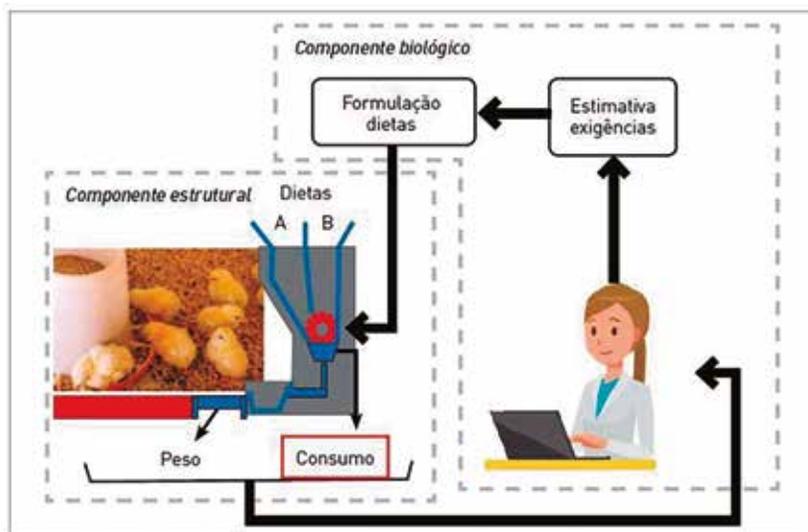


FIGURA 2 Representação geral dos componentes estrutural (comedouro e balanças de pesagem) e lógico (modelo matemático para estimar exigências e programa de formulação de dietas). Adaptado de Hauchild, 2010.

a concentração dos nutrientes pelo consumo de ração. Um fator importante que deve ser levado em consideração na definição do consumo é o conceito da ingestão voluntária de alimento. Pois, para expressar o potencial genético a ave tentará consumir a quantidade de alimento que supre suas exigências, ou seja, o consumo de alimento é regulado pela quantidade de dieta para satisfazer o requerimento do nutriente mais limitante entre energia e aminoácidos, em circunstâncias não limitantes. Porém, deve ser levado em consideração as restrições da capacidade física do trato digestivo, instalações e os fatores ambientais que interferem no consumo.

Para o sistema funcionar com precisão no ajuste do aporte nutricional, de acordo com o desempenho das aves, visando a menor excreção de nutrientes e a viabilidade econômica, melhorias em manejo, controle do estado sanitário, e conseqüentemente, uniformidade do lote são necessários. Modelos matemáticos são ferramentas que nos ajudam a entender a importância dos diferentes fatores que afetam e controlam o consumo de ração, desempenhando um papel vital no

avanço da nossa compreensão do controle da ingestão de alimentos, e na integralização dos sistemas.

Nutrição de precisão versus Excreção de nutrientes

Outros aspectos além dos econômicos devem ser destacados nos atuais programas alimentares e nutricionais, como a qualidade da carne, o bem-estar animal e o cuidado ambiental, exigências essas cada vez maior pelo mercado consumidor. Em relação a questão ambiental, embora não existam dados concretos do impacto da excreção de nutrientes no solo, principalmente o N e P, causados pela avicultura, sabe-se que há índices alarmantes em algumas regiões do Brasil. Assim, a tendência é que os programas atuais foquem cada vez mais na nutrição de precisão, visando além dos fatores já citados, como a melhoria nas respostas zootécnicas com garantia de qualidade do produto, também na redução da excreção de elementos poluidores.

Os programas de alimentação mais utilizados na produção de frangos de corte são os que utilizam três a cinco dietas ao longo do ciclo de produção. Esses programas atendem as exigências médias diárias dos nutrientes na fase em questão, ou seja, as aves recebem nutrientes com nível sub ótimos no início de cada fase e no final recebem em excesso. Uma solução para esse problema é a adoção de maior número de dietas ao longo do ciclo produtivo, visando atender com mais precisão as exigências dos animais. Esse procedimento possibilita

melhor aproveitamento dos nutrientes, menor custo com os ingredientes da ração e redução da excreção de nutrientes, em especial o nitrogênio que é considerado um dos principais poluentes nos dias atuais.

Nesse sentido, pode-se concluir que o maior avanço está relacionado com uma melhor compreensão dos mecanismos que determinam o crescimento e utilização dos nutrientes pelos animais.

(*) *Nayara Tavares Ferreira é Gerente Técnica de Avicultura da Polinutri*



O Brasil ganha ao apostar em iniciativas verdes

• Por Martin Petersen*

Para inventores e negócios inteligentes, grandes desafios significam grandes oportunidades. O porquê é bastante simples: se você solucionar um grande problema, há um grande lucro a ser gerado se o fizeres bem. Neste artigo iremos nos aprofundar em como o Brasil pode ganhar bastante ao enfrentar o maior desafio do nosso tempo: a transição para um economia verde que possibilitará que os nossos padrões de vida aumentem, assegurando simultaneamente a existência de um planeta onde os nossos filhos e netos possam viver e prosperar. Vamos começar falando sobre a questão principal. Se tornar sustentável é um bom negócio. Existe um discurso desinformado sobre ser sustentável custar caro. O Boston Consulting Group (BCG) provou no artigo “The Economic Case for Combating Climate Change” que a maioria dos países pode ganhar muito com a transição para uma economia que nos manterá abaixo de 2 graus Celsius de aquecimento em comparação com os níveis pré-industriais, usando apenas tecnologias conhecidas e comprovadas.

Para o Brasil, o BCG tem algumas conclusões bastante surpreendentes: o argumento comercial para a substituição de combustíveis fósseis na indústria é muito bom. Sem nenhum custo adicional, o Brasil poderia substituir 70% do seu consumo de combustíveis fósseis por biomassa. E novamente, através de tecnologias relativamente antigas e bem comprovadas. Também não inclui os benefícios para a saúde e o bem-estar, nem o valor do armazenamento de carbono. O grande desafio para o Brasil é que o custo do capital é alto, o que significa que os investimentos de longo prazo têm que ser extremamente lucrativos para valer a pena (ou ter um retorno muito rápido). Felizmente, tanto para a produção de energia solar como para a de biomassa, o retorno é rápido e as operações em curso são muito lucrativas. O ponto em que, de uma perspectiva brasileira, se torna bastante interessante, é como as novas tecnologias podem mudar a perspectiva e como os recursos existentes no Brasil podem desempenhar um papel único na modelação do nosso futuro.

Para delinear algumas: a Floresta Amazônica tem o maior potencial médico do mundo. Cerca de 25% de todos os ingredientes da medicina ocidental hoje são produtos químicos descobertos nesta floresta tropical. O mercado de ingredientes médicos era de cerca de 162 bilhões de dólares (um pouco abaixo de

10% do PIB do Brasil). As reservas estão expirando em todo o mundo, o que só levará a um aumento no preço dos ingredientes, já que mais produtores procurarão encontrar mais e novos ingredientes médicos. Ao mesmo tempo, um envelhecimento demográfico aumentará a demanda.

O Brasil tem grande potencial para se tornar o maior produtor mundial de biocombustíveis para aviação: uma das partes mais difíceis e importantes do quebra-cabeça para transição sustentável - e, como consequência, uma das mais rentáveis. O combustível de aviação sustentável do Brasil poderia reduzir as emissões dos voos em 55%. Ao investir em tecnologias de baixo custo e baixas emissões/baixo consumo, o Brasil pode aproveitar a oportunidade de se tornar um dos principais fornecedores de tecnologia essenciais (água, alimento, eletricidade, etc.) para os mercados emergentes. Das próximas 2,4 bilhões de pessoas que nascerão neste planeta, metade nascerá (mais ou menos) na Índia, Nigéria, República Democrática do Congo, Paquistão, Etiópia, República Unida da Tanzânia, Estados Unidos da América, Uganda e Indonésia – com exceção dos EUA, todos mercados emergentes. Ao mesmo tempo, uma quantidade crescente da classe média global viverá na Índia, Ásia-Pacífico, China e África. Fora da China, a maior parte dessa classe média viverá, portanto, em países que atualmente não têm a infraestrutura de rede necessária para sustentar o estilo de vida abastado da classe média. O Brasil está perfeitamente posicionado com um grande mercado interno para desenvolver, testar e implantar tecnologias que atendam às necessidades da nova classe média.



(*) Martin Petersen é diretor do Green Innovation Group, empresa líder em buscar inovação verde pelo mundo e criador do evento Greentech Challenge.

Terra-Cortril® Spray



O que é bom, agora
rende mais!

Nova embalagem de Terra-Cortril
agora com **250ml.**



+ Econômica

+ Praticidade

**+ Durabilidade
na lida**

A Terramicina que você
confia direto ao ponto!
Antibiótico + Anti-inflamatório
em spray.

zoetis

VOCÊ NUNCA ESQUECE QUEM ESTÁ SEMPRE AO SEU LADO

STIHL É TOP LIST RURAL 2019
NAS CATEGORIAS MOTOSSERRA
E ROÇADEIRA.

Todas as nossas ferramentas são feitas pra quem faz. Quem faz a diferença no campo, na cidade e onde estiver. Quem faz tudo com vontade, persistência e determinação. Gente que faz. E que nos faz sentir muito orgulho por estar sempre entre suas marcas preferidas. A todos, o nosso muito obrigado pelo reconhecimento.

