Nutrição animal

A Tortuga, líder no mercado brasileiro de nutrição e saúde animal, com faturamento anual de US$150 milhões, estará presente na Agrishow com uma linha completa de produtos nutricionais e farmacêuticos, dirigida principalmente para bovinos de corte, de leite, aves e suínos. Na feira, a empresa vai dar maior ênfase aos suplementos direcionados para a estação de seca, que se inicia em maio e vai até outubro. Um dos destaques é a linha de suplementos desenvolvida para bovinos de corte, que contém todos os macro e microelementos minerais essenciais, fontes protéicas e energéticas.

Concorrente direta da Tortuga, a Premix vai mostrar na Agrishow sua linha de produtos destinados para a alimentação de bovinos em diferentes fases da criação. Um dos destaques é o aditivo que tem como função aumentar a produção de carne e leite, além de auxiliar no combate dos carrapatos e mosca-de-chifre.

Leilões

A Agropecuária CFM, sediada em São José do Rio Preto (SP) e uma das maiores fornecedoras independentes de carne bovina no mercado brasileiro, colocará à venda na Agrishow 30 touros nelore de seu programa de melhoramento genético e 30 outros touros do Programa Montana, projeto que promove o cruzamento de raças tropicais e britânicas, desenvolvido pela CFM Leachman Pecuária (*joint venture* formada entre a Agropecuária CFM e a Leachman Cattle Company, de Billings, Montana (EUA).

Trata-se de um sistema de produção em franquia, composto por mais de 20 grupos de produtores. De acordo com Fábio Dias, diretor do programa, cerca de 1.500 bovinos do projeto deverão ser comercializados durante a Agrishow.



Porteiras digitais

Portais de agribusiness aproveitam a vitrine da Agrishow para lançar novos serviços e endereços eletrônicos

O processo de seleção natural que varreu o universo das empresas pontocom no ano passado não poupou os portais dirigidos para o agribusiness. Prova disso são os lançamentos programados por empresas digitais na 8ª edição da Agrishow, realizada em Ribeirão Preto. Produtos e serviços diferenciados estão sendo lançados por *sites*, como Clube do Fazendeiro, Portal do Campo, MegaAgro e o serviço eletrônico da Sociedade Rural Brasileira (SRB), por exemplo.

"Estamos vivendo a hora da verdade. O que vai determinar o futuro das empresas do setor é a qualidade do serviço prestado", diz Álvaro Bellini, diretor do portal Clube do Fazendeiro (www.clubedofazendeiro.com.br). Esse portal "tropicalizado", como define Bellini, propõe-se a ser uma grande ferramenta de serviços.

A função utilitária do *site* é resultado do seu sistema de alimentação e consulta totalmente gratuito de empresas, produtos, serviços e até operações comerciais – o chamado "Clube do Agronegócio". "Malcomparando, podemos dizer que o portal é um grande catálogo, em que as inserções, consultas e negociações são gratuitas, isentas de comissões. Há espaços 'nobres', comercializáveis, mas o espírito do portal é de disseminar sua utilização, daí a ser praticamente aberto", diz Bellini.

Nessa linha de ação, o portal opera com 24 parceiros – empresas como Land Rover, Sul America, Ford, Itautec, Pé Forte, dentre outras. O *site* também oferece serviços de cotações de produtos agropecuários por praça, clima, pesquisas, finanças etc. "Já atingimos 200 *page views* por mês e vamos crescer muito mais", garante Bellini.

Como estratégia de divulgação, o

site vai lançar durante a Agrishow dois novos serviços eletrônicos: um *chat*, abrindo um canal de contato direto entre internautas, e um fórum, para promover entrevistas com personalidades de expressão do meio. O serviço será apresentado no estande da empresa, com 150 metros quadrados de área e 16 computadores.

Simulador de finame

"O processo de depuração que o segmento passou não foi traumático como o vivido pelas demais empresas pontocom porque a base era pequena. E as empresas que permaneceram têm enorme potencial de crescimento, principalmente porque o agribusiness é um dos segmentos mais qualificados economicamente e dos menos explorados", diz Marcelo Sales, diretor do Portal do Campo (www.portaldocampo.com.br).

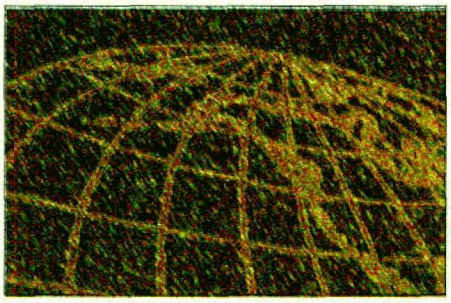
O *site*, que começou a operar há um ano, lançado justamente na versão anterior da Agrishow, vai apresentar um novo produto aos visitantes da feira deste ano: um simulador de Finame – a linha de financiamento para a aquisição de máquinas e equipamentos agrícolas. O programa será exposto no estande que o Portal do Campo vai dividir com o Bradesco, banco com o qual mantém estreitas relações de negócios, por ser controlado pela Bradespar – a empresa de investimentos da instituição bancária. "Com esse serviço, o usuário pode fazer as mais diversas projeções de financiamento, sabendo exatamente o quanto e quando deverá pagar", diz Sales.

Essa não é a única novidade programada pelo *site*. O Portal do Campo também está preparando a criação de um espaço para a venda de produtos dirigidos para o meio rural e outro reservado para a realização de leilões eletrônicos de gado. Com isso, o *site* reforça seu portfólio de serviços, que oferecem, atualmente, cotações diárias dos principais produtos agropecuários; previsão do tempo; central de notícias e diagnose virtual, para orientar o produtor em relação à identificação de pragas e doenças.

"Estamos muito otimistas com as possibilidades do *e-farming*", diz Sales, destacando a firme evolução do número de usuários do sistema. "Em fevereiro deste ano, registramos uma média de 200 mil *page views*, número que subiu para 222 mil em março. E a média de 780 usuários diários registrada em março saltou para cerca de 1.200 em abril", adianta ele.

Tira-dúvidas digital

O mesmo caminho segue o Mega Agro (www.megaagro.com.br), portal de agribusiness que está completando um ano de existência. A empresa, que



não revela números, está investindo pesadamente em conteúdo. "Aprendemos a importância da informação de qualidade para o usuário", explica Cesar Righetti, vice-presidente Brasil do portal.

A empresa oferece diferentes serviços para o produtor rural. O primeiro deles é o serviço de informações, que vão das mais genéricas até as específicas, sobre diferentes culturas e criações, que funciona como uma espécie de "tira-dúvidas".

Cada produto é assistido por um especialista, que responde e orienta o usuário por *e-mail*. "Esse especialista, normalmente um geneticista, percorre rotineiramente os principais campos de produção do país para manter-se em dia com as novidades e desafios da cultura", diz Righetti.

Mas o *site* não se resume somente à divulgação de informações. O Mega Agro também opera na intermediação de produtos, seja em mesa de negociação, promovendo a comercialização de artigos como algodão, milho, açúcar, fertilizantes – nos mercados físico e futuro – seja viabilizando negócios praticamente marginais, como a venda de casquinha de soja, por exemplo.

E os negócios vêm ganhando consistência. "Em março, as operações com produtos agrícolas movimentaram US$2 milhões, total que deverá atingir US$4 milhões em abril", prevê ele. Além das operações agrícolas, o Mega Agro dá suporte também para a compra e venda de boi gordo, em operações envolvendo dois frigoríficos, Bertin e Friboi, e pecuaristas previamente cadastrados. Sobre cada operação, agrícola ou pecuária, o portal cobra um percentual a título de comissão.

Finalmente, o Mega Agro também está oferecendo serviços de integração digital, implementando a comunicação integrada entre empresas, com base na experiência que acumulou no desenvolvimento do serviço prestado para o grupo Bunge, sócio do portal. "Temos vários projetos e parcerias em andamento que serão lançados ao longo do ano, diz Righetti.

Canal institucional

Outro *site* que está sendo lançado na Agrishow é o www.srb.org.br, endereço eletrônico da Sociedade Rural Brasileira (SRB). "Apesar de não ser um portal de negócios, nosso *site* vai abrir e apoiar o desenvolvimento de novas operações comerciais", diz Afonso Aquino, diretor da SRB e responsável pela implementação do serviço digital.

"Por ser um *site* institucional, nosso portal não vai concorrer com outros sites, mas vai alojar associações e empresas do setor", diz Aquino. O portal da SRB, diz ele, vai oferecer informações técnicas e econômicas geradas pela própria instituição, além de abrir espaço para empresas e entidades do meio agropecuário que tenham interesse em associar sua imagem à força e visibilidade da SRB.

O *site* é, também, um esforço para a instituição aumentar o número de produtores associados. "Hoje, a SRB tem um quadro constituído por mais de mil empresários rurais. Com o *site*, pretendemos aumentar substancialmente esse universo", diz Aquino.