

SHUTTERSTOCK

SUPLEMENTO MINERAL

Ano difícil, mas venda e faturamento crescem

ASBRAM
Associação Brasileira das Indústrias de Suplementos Minerais

A turbulência na política e na economia nacionais afetou os negócios em 2017, particularmente na pecuária. Em primeiro lugar, com a baixa nos embarques de carne bovina no segundo trimestre, em decorrência da operação Carne Fraca, desencadeada pela Polícia Federal. Em segundo lugar, pelo retraimento das atividades, com a delação de executivos da JBS, empresa líder em abates, acarretando a suspensão temporária das aquisições de boi.

Os empresários da pecuária tiveram dificuldades, com desdobramentos negativos para a indústria de suplemento mineral. A partir do terceiro trimestre, as exportações ganharam impulso. Com isso, as quantidades e os faturamentos do setor conseguiram um tênue avanço. As associadas da Associação Brasileira das Indústrias de Suplementos Minerais (ASBRAM) representam 67% das vendas do setor.

VENDAS E ANIMAIS SUPLEMENTADOS

ANO	ASBRAM*		BRASIL	
	MIL TONELADAS	MIL CABEÇAS**	MIL TONELADAS	MIL CABEÇAS**
2016	1.936	52.950	2.890	79.030
2017	1.999	56.370	2.984	84.134

* Associados; ** Animais suplementados
Fonte: ASBRAM

Troca de comando na ASBRAM



Ademar Leal

Presidente da gestão 2018-2019

Executivo da empresa Campo Rações e Minerais, com sede em Acreúna, no estado de Goiás, planeja um programa de visitas e contatos junto aos governos, às mídias, às entidades coirmãs e às instituições de ensino, pesquisa e extensão. Pretende traçar uma linha de trabalho em comunhão com o pensamento da Diretoria e aberta a sugestões das empresas associadas. De pronto, coloca para a ASBRAM três pilares básicos: informação, conhecimento e *networking*.

Fazem parte, também, do trabalho o aprimoramento do painel de informações e o lançamento de uma campanha de estímulo e emprego adequado dos suplementos minerais. Existe um mercado com potencial enorme para expansão. A resposta em termos de produtividade e rentabilidade é muito favorável. A luta a favor da isenção do PIS/COFINS, apesar da precária situação fiscal do Governo, será mantida com todo vigor.

Prestação de contas



Nelson Lopes

Presidente da gestão 2016-2017

Foram uma honra e uma satisfação presidir a ASBRAM. Elevamos o caixa de R$ 472 mil para R$ 799 mil, enquanto o quadro associativo passou de 64 empresas para 70. Em nossas reuniões, o número médio de participantes cresceu de 20 para 50. Fizemos uma grande divulgação da ASBRAM por meio da nossa participação na Câmara Temática de Insumos Agropecuários (CTIA) do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), do Grupo de Trabalho da Pecuária Sustentável (GTPS), das mídias faladas e escritas e das redes sociais.

Apoiamos eventos da Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG), da Associação Nacional para Difusão de Adubos (ANDA), da Associação Brasileira das Indústrias de Tecnologia em Nutrição Vegetal (ABISOLO) e da Scot Consultoria, o Beef Summit e o Beef World, entre outros.

Promovemos uma pesquisa sobre o mercado brasileiro, com 4.236 ligações telefônicas, entrevistando 932 das 1.035 unidades produtoras autorizadas a atuar no segmento pelo Serviço de Inspeção Federal (SIF), o correspondente a 90% do cadastro mantido pelo MAPA.

FLASH DO 10º SIMPÓSIO

Pecuária do futuro

Transformação produtiva e sustentabilidade: onde estão as oportunidades?

Sucesso de público e conteúdo, o evento contou com a participação de 350 pessoas. Foi o maior número registrado de pessoas participantes e de empresas associadas presentes.

Na abertura, o economista Ricardo Amorim comentou sobre a economia mundial pós-crise de 2008 e a expansão da agropecuária nacional, com referência à importância da agregação de valor. O

crescimento quantitativo da população e da sua renda *per capita* significa oportunidade. A ordem é pensar na inovação.

Evaristo Miranda, chefe-geral da Embrapa Monitoramento por Satélite, palestrou sobre o tema "Sustentabilidade, Limites & Princípios de Humanidade". A apresentação discorreu sobre a **sustentabilidade da agropecuária**, com ênfase **na atribuição, na ocupação e no uso da terra no Brasil**. Foram mostradas, também, a pecuária praticada nos biomas do País e a tendência de intensificação com a integração **lavoura-pecuária-floresta**.

A seguir, tem-se uma síntese das demais apresentações, com destaque para a homenagem prestada ao professor Moacyr Corsi.



John Ikerd

Professor emérito de Economia Agrícola e Aplicada na Universidade de Missouri, nos EUA

Temos a visão de produção com sistemas alimentares locais e comunitários. As relações de confiança entre as pessoas e o compromisso com as questões ecológica e social serão as bases de sua sustentação. Existem muitas criações nesse novo modelo. Isso fará a diferença no futuro.

Os valores sociais e éticos das relações humanas aumentam. Somos seres materiais, precisamos da economia, mas também de um sentido de propósito. A agricultura sustentável não é apenas combustível para o corpo, mas comida para a alma.

Processo circular, a produção sustentável de carne utiliza plantas verdes para fornecer energia coletada do sol ao gado. No solo, a matéria orgânica enriquece a quantidade de carbono e aumenta a capacidade de retenção de água, enquanto as forragens de alta proteína reduzem as emissões de metano.

Na agricultura industrial, com processo de produção linear, há uso de insumos e recursos naturais, inclusive os esgotados. A produção de resíduos é superior à capacidade de absorção das plantas, com poluições química e biológica do ar e da água.

Os problemas com a "intensificação" da agricultura animal gerarão oportunidades para os produtores sustentáveis de carne bovina. O Brasil provavelmente possui uma vantagem comparativa nisso. O compromisso com a segurança alimentar doméstica aumentará o apoio público à sustentabilidade.

E a comunicação da cadeia produtiva, como está?



Silvana Destro

Repórter do jornal Meio & Mensagem e atuante na DFpress Comunicação Corporativa Ltda.

O Brasil é uma das potências mundiais em *agribusiness*. Mas, se perguntarmos qual setor mantém a nossa economia, a resposta seria um ponto de interrogação. Fizemos esta pergunta para cinquenta pessoas: 38 não souberam responder.

Apesar de termos uma grande produção agropecuária, os públicos consumidores brasileiro e estrangeiro de nossos produtos não sabem. Por que a Colômbia, por exemplo, principal produtor de cafés especiais do mundo, vende mais caro do que o Brasil? A sua Federação Nacional de Cafeicultores (FNC) bancou uma campanha publicitária nos mercados dos Estados Unidos e do Canadá denominada "The Bean Bang Theory". Para isso, fez uma pesquisa sobre as percepções e as tendências de consumo de café nestes mercados.

Qual é o produto brasileiro com iniciativa semelhante? Um dos casos é o do vinho. A laranja

faz um trabalho nessa linha. Novas iniciativas, ainda modestas, estão surgindo. Existe um *website* sobre grãos especiais de cafés com a proposta de valorizar a cadeia, dirigido ao público estrangeiro, em três idiomas.

As crises, na maioria dos setores, passam pela comunicação. Podemos citar a Carne Fraca. E se a sociedade soubesse da história... da qualidade e do sabor desse produto? Vejam como a França foi alçada ao posto de meca dos queijos no mundo.

Uma viagem ao *marketing* do futuro



Amauri Cavalheiro

Engenheiro agrônomo, ex-diretor da Merial e Rhône Mérieux e atuante na Estratégia em Ação Empresarial

Até 1925, na era da produção, o foco da filosofia dos negócios estava na eficiência da fabricação. Até a metade do século passado, as vendas eram baseadas em técnicas ingênuas. Depois, até a década de 1980, veio o *marketing* e a fidelização do cliente. A partir de 2000, chegamos ao *marketing* societal, voltado para os valores.

A administração passa a ser uma tarefa de controle de tempo, dinheiro, materiais e pessoas. A contribuição da liderança visa ao desenvolvimento de pessoas e instituições. As características de um líder são: honestidade, prospecção, competência e inspiração.

A conectividade dita os modelos de negócios. As recomendações estratégicas em ação envolvem interatividade entre as marcas em termos de perguntar, receber, ouvir e compartilhar. Do quadro de funcionários, devem ser extraídos o melhor de cada geração e o entendimento dos estilos de trabalho.

A comunicação do agronegócio precisa modernizar-se e mostrar a sua face tecnológica. Para o diretor de Marketing da TV Globo, Roberto Schmidt, o objetivo da campanha "Agro: a Indústria-Riqueza do Brasil" é conectar o consumidor com o produtor rural e, ao mesmo tempo, desmistificar a produção agrícola aos olhos da sociedade urbana. ■

PRÊMIO EXCELÊNCIA

PROFESSOR MOACYR CORSI



De 1968 até 1970, fez Mestrado em Agronomia na Ohio State University e, em 1972, o Doutorado em Ciência Animal e Pastagem na Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz" da Universidade de São Paulo (Esalq/USP). Professor da Esalq desde 1971, percebeu a necessidade de transferir o conhecimento da universidade para o pecuarista de uma maneira rápida e eficiente.

Foi um dos principais responsáveis pela implantação de dois centros de estágio e transferência de conhecimento: o Clube de Práticas Zootécnicas (CPZ) e o Centro de Treinamento do Departamento de Zootecnia (CTZ).



ASBRAM: GESTÃO 2018-2019

DIRETORIA

Presidente: Ademar Leal – Campo Rações e Minerais
Vice-presidente: Daniel Moreira Arruda Guidolin – Premix
Diretor primeiro tesoureiro: Juliano Sabella Acedo – DSM Tortuga
Diretor segundo tesoureiro: José Luiz Bianchi – CONNAN
Diretor primeiro secretário: Ledoir Cordeiro – Laboratório Prado
Diretor segundo secretário: João Pessoa de Andrade – Minerthal
Diretora vice-presidente executiva: Elizabeth Chagas

CONSELHO FISCAL

TITULARES

Marcelo de Carvalho Dias – Cia do Sal
Luiz Henrique Dantas Carrijo – Integral
Rodrigo Ribeiro Rocha – Comigo

SUPLENTES

Olavo Passos Pinto Coelho Filho – Bov
Leonardo Cerise Junior – Matsuda Minas
Arlete Albuquerque Adames – Adames

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

TITULARES

Nelson de Souza Lopes – Vaccinar
Ademar Leal – Campo Rações e Minerais
Daniel Moreira Arruda Guidolin – Premix
Fernando Cardoso Filho – CONNAN
Sergio Morgulis – Minerthal
Ledoir Cordeiro – Laboratório Prado
Jorge Matsuda – Matsuda
Lauriston Bertelli Fernandes – Premix
Marcio Alves Roberto – Zoomix
Rodrigo Miguel – Neovia

SUPLENTES

Leonardo Matsuda – Matsuda
Fernando Cardoso Neto – CONNAN
Denise Gregori – MCassab
Rodrigo Ontiveros – Rico
Osvaldo Kunio Matsuda – Camda
Paulo Cesar Feliciani – Supremax