



DIRETRIZES PARA O DESENVOLVIMENTO E NOVOS NEGÓCIOS



DIANTE DO GRANDE POTENCIAL, CARCINICULTURA E PISCICULTURA BRASILEIRAS PRECISAM REMODELAR SUAS AÇÕES DE ACORDO COM AS DEMANDAS DO MERCADO, OLHANDO, ESPECIALMENTE, PARA A CLASSE C. TEMA FOI DISCUTIDO DURANTE **A FENACAM 2019**, FEIRA COM DESTACADA FORÇA POLÍTICA E EMPRESARIAL

VALERIA CAMPOS, DE NATAL (RN)
valeria@ciasulleditores.com.br

Descortinar o futuro. Essa foi uma das frases proferidas pelo assessor Especial da ABCC, Itamar Rocha. E não é por menos. A Fenacam, ao longo das suas 16 edições, apresentou ao público diversas tecnologias, conteúdos e oportunidades. Sem contar o ambiente de negócios, sempre muito elogiado pelos presentes. O encontro, portanto, é uma verdadeira jornada de conhecimento e palco de parcerias.

E por falar em relacionamentos, nesta edição ficou evidente a aproximação do governo do Estado com a atividade, fomentada, principalmente pela governadora Fátima Bezerra. Fátima, segundo o portal G1, teve a maior votação já registrada em eleições para o governo do Rio Grande do Norte e será a única mu-

lher no País a governar um Estado nos próximos quatro anos. À feed&food, a governadora destacou o papel importante do segmento e reforçou o apoio do governo para ajudar no desenvolvimento do setor. “Os segmentos representam uma atividade econômica muito importante no nosso Estado. É um setor que gera, inclusive, milhares de empregos, especialmente no semiárido. Então, aquilo que compete ao governo do Estado, ele tem feito exatamente seu papel, por meio de um diálogo e parceria. Tudo isso é para que o Rio Grande do Norte volte a conquistar o título de maior produtor de camarão do País”.

Pela leitura de Fátima, a atividade tem muito potencial para crescer e o governo fará todo esforço para contribuir com essa ampliação. “No que depender de nós, va-





FÁTIMA BEZERRA,
GOVERNADORA
DO RN, REFORÇOU O
APOIO DO GOVERNO
PARA AJUDAR NO
DESENVOLVIMENTO
DO SETOR

mos dar continuidade a essas parcerias, para que o setor possa produzir e gerar mais e melhores empregos para o nosso povo”, destacou. Diante dessa aproximação, o presidente da ABCC, Cristiano Maia, enfatizou a importância dessa abertura, principalmente por ser uma oportunidade de trazer os pequenos produtores à formalidade, juntamente com o apoio do Senar e Sebrae. “É preciso abraçar essa causa”.

Dado o grande potencial da atividade e os ajustes finos, é preciso pensar em alternativas para fomentar o crescimento. Na carcinicultura, para falar sobre a situação atual e oportunidades, o diretor de Operações da Camarões do Brasil, Charles Mendonça, fez uma breve retrospectiva do setor.

Em 2006, o mercado nacional vivia bons momentos, puxados, especialmen-

te, pela economia pujante da época. E os produtos que antes eram comercializados apenas nas exportações, passaram a ser ofertados internamente, gerando uma aceitação positiva do consumidor brasileiro. “Foi algo espetacular”, disse Charles.

Com isso, o setor assistiu a um fortalecimento de mercado e outros acontecimentos importantes para o crescimento da atividade, a exemplo de uma presença mais forte no canal de comercialização do camarão *in natura* entre Nordeste e Sudeste e o surgimento de novos *players* na área de processados. “Depois desse episódio, passamos a ter uma participação desses produtos nas gôndolas dos supermercados, levando mais oferta para a classe consumidora”, disse Charles.

Desse modo, a partir da diversificação de produtos, começaram a surgir com mais intensidade novas redes de restaurantes especializadas em frutos do mar, especialmente de camarão. “Então, iniciou uma cultura de consumo no Brasil”.

Por dez anos, esse movimento foi de vento em popa. Porém, em 2016, o setor viveu outro capítulo na sua história: a propagação do vírus da mancha branca no norte do RN e no Estado do Ceará. Com esse advento, explicou Charles, a atividade sofreu uma redução brusca de produção – que vinha em um patamar de 80 mil toneladas e diminuiu para 52 mil. “Por consequência imediata teve aumento de preço do camarão *in natura*, na ordem de 75% em relação ao ano anterior”, sublinhou.

Outro acontecimento que agravou esse cenário foi a crise econômica no Brasil de 2015 para 2016, momento em que houve uma retração de consumo de forma geral.

Mas mesmo com as dificuldades, apontou

Charles, 2019 foi um ano que o mercado respirou melhor, e, portanto, os especialistas enxergam indicadores de recuperação. Inclusive, é um ótimo momento para colocar atenção nas oportunidades, e o diretor de Operações explica o porquê: “O mercado está muito relacionado com a produção e já vendo alguns indícios de melhora. Como os preços tendem a ficar mais estáveis no resto do ano, a demanda aumenta, porque o mercado do Brasil é grande”.

E as oportunidades estão exatamente nos diversos mercados espalhados pelo País. Atualmente, a atividade trabalha algumas regiões apenas. Conforme compartilhou Charles, o Brasil tem cerca de cinco mil municípios, mas a atividade só oferta camarão nas capitais e no litoral – alcançando menos de 10% das cidades brasileiras. “Isso é muito aquém de onde podemos chegar”.

Para potencializar a penetração nos lares, o caminho sugerido por Charles reforça a importância de os produtores repensarem a cadeia para democratizar o acesso do consumidor ao camarão. “Para a população consumir a proteína animal, em todas as classes sociais, o preço precisa caber no bolso. A gente não pode só vender para a classe A e B”. Segundo Charles, a atividade tem um movimento forte na produção de camarão grande, mas agora, o setor precisa se superar, passando a produzir camarão que o mercado demanda.

Isso será possível por meio de uma estratégia mercadológica, disse Charles: “Podemos produzir um camarão menor, numa embalagem menor. Um consumidor classe C talvez não consiga comprar 1 kg de camarão, mas ele consegue pagar por 200 gramas. Ele quer ter o prazer de comer essa proteína”, salientou.

Esse mesmo movimento também está ►

**“ ESTAMOS
CONFIANTES
E ESPERAMOS
QUE AS CONTRIBUIÇÕES
DO EVENTO APONTEM
CAMINHOS PARA O
DESENVOLVIMENTO
DESSES SETORES
TÃO IMPORTANTES
PARA A ECONOMIA
BRASILEIRA ”**

ITAMAR ROCHA
ASSESSOR ESPECIAL DA ABCC



sendo discutido na piscicultura. “Temos que ter responsabilidade social de vender para quem ganha menos”, realçou o presidente da Peixe BR, Francisco Medeiros, se referindo principalmente às espécies nativas. Para ele, esse é um assunto que deve ressurgir no setor produtivo e governamental, onde o foco será a criação de produtos com valor agregado e com novos cortes.

“Temos alguns problemas nos peixes nativos que ninguém enfrentou até hoje. Nem o setor produtivo, nem a academia, nem o governo. E se não resolvemos esses gargalos, vamos continuar ouvindo discursos que esse é o melhor peixe do mundo, e os nossos netos vão continuar escutando”, frisou Francisco. Segundo ele, é preciso tomar uma atitude agora neste sentido.

No mercado interno, os números revelam uma atividade em pleno crescimento. Conforme mostrou Francisco, a produção de 2018 foi de 722 mil toneladas de peixes (incluindo os nativos e tilápia). E em 2019, pela primeira vez, o panga, figurou como uma espécie importante. “Os dados são bastante significativos, principalmente no Nordeste”.

Como principal Estado produtor, o Paraná larga na frente. E a grande surpresa desse ano foi o Maranhão – o único Estado em que a produção de peixes nativos irá crescer, disse Francisco. Outro território em destaque foi o Mato Grosso do Sul, em função das empresas genesis e Tilabras que estão puxando a produção de tilápia.

Ao todo, conforme o Censo de 2017 do IBGE, foi identificado cerca de 230 mil estabelecimentos de criação de peixe, e desses, somente 41 mil declararam que comercializaram o produto. “São dados primários”, explicou Francisco. Entre os Estados com maior número de unidades, o Rio Grande do Sul aparece na frente.

Em relação ao mercado externo, o presidente da Peixe BR detalhou duas ações que estão andamento. A primeira foi o fomento de um incentivo fiscal à exportação, o chamado *drawback*. A partir dele, todos os insumos dos produtos exportados são desonerados de impostos fiscais, trazendo um ganho bastante significativo para a cadeia produtiva.

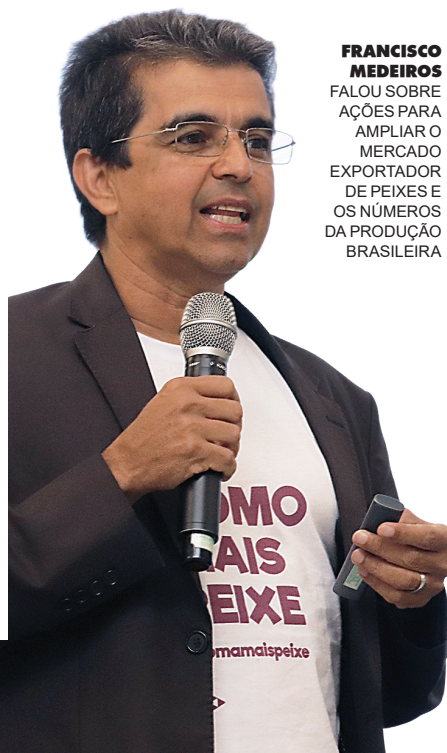
Como consequência dessa ação, e apoio da Embrapa Pesca e Aquicultura, 70% das exportações de 2019 já foram com *drawback*, revelou Francisco. “Essa foi a primeira iniciativa para criar um cenário de competitividade para o produtor”.

O segundo passo foi procurar a Apex-Brasil, pois não havia nenhum programa de exportação de peixe. Com essa aproximação, a Peixe BR conseguiu colocar a proteína animal

ITAMAR ROCHA É O VICE-PRESIDENTE DA ABCC, **ORIGENES MONTE NETO** DURANTE HOMENAGEM ÀS PRINCIPAIS PERSONALIDADES DO SETOR. NA FOTO AO LADO, **CHARLES MENDONÇA** ABORDOU A SITUAÇÃO ATUAL DA CARCINICULTURA E OPORTUNIDADES



DURANTE CERIMÔNIA DE ABERTURA, **CRISTIANO MAIA** DESTACOU IMPORTÂNCIA DA APROXIMAÇÃO DO GOVERNO COM A ATIVIDADE: “ESTOU CONTENTE COM ESSA ABERTURA”



FRANCISCO MEDEIROS FALOU SOBRE AÇÕES PARA AMPLIAR O MERCADO EXPORTADOR DE PEIXES E OS NÚMEROS DA PRODUÇÃO BRASILEIRA

na pauta exportadora e aproveitou para solicitar um estudo do mercado internacional para que pudesse programar os próximos passos. Além disso, o atual governo criou uma diretoria dentro do Itamaraty, focada na promoção dos produtos do agro no mercado internacional, e a tilápia faz parte do programa. Segundo Francisco, todos já estão trabalhando na segunda fase do projeto, traçando um planejamento estratégico para promover a proteína.

Sobre as perspectivas para o mercado externo, Francisco foi enfático: “Acredito que nos próximos três anos a gente deva dobrar o volume dos embarques, mas ainda há uma série de trabalhos a ser realizada no mercado internacional”, concluiu.

Para o próximo ano, conforme adiantou Itamar à feed&food, a ideia é a Peixe BR assumir o painel de piscicultura, enquanto a ABCC organiza o de carcinicultura. “Duas grandes associações juntas”, enalteceu e finalizou: “Temos um futuro promissor”. ■



POLINUTRI POSIÇÃO DE DESTAQUE

APOIANDO o evento desde o início, a Polinutri reforça o trabalho importante da ABCC em promover o encontro anual. Neste ano, como contou o gerente da Unidade de Negócios Aquicultura, Aldo Barbugli Filho, a empresa destacou

as vantagens da EssentialFish, linha de produtos que busca responder três demandas emergentes do setor: melhoria no rendimento do filé; melhoria do status imunológico dos peixes; e programa alimentar sem prejudicar o meio aquático, ou seja, melhor qualidade da água.

No segmento de camarão, Aldo salientou a posição de destaque da empresa no setor: “Temos um *market share* superior a 25%, reflexo do árduo trabalho para atender as demandas e de-

envolver produtos em linha com os desafios”. Para o profissional, é um orgulho liderar o departamento, pois conta com uma equipe experiente, atenta e dedicada em trazer novas soluções. “Diante disso, em 2019 atingimos os objetivos e compromissos da divisão no que diz respeito ao volume de vendas, faturamento e conquista de mercados”, finalizou. ■

POLINUTRI
APOIA A
FENACAM
DESDE O INÍCIO
DO EVENTO.
DISSE **ALDO**
BARBUGLI
FILHO



BIORIGIN LANÇAMENTO NA FEIRA

EM PARCERIA com seu distribuidor oficial Aqua Escama Forte, a Biorigin apresentou sua nova solução, o HyperGen, um modulador do ambiente intestinal com efeito prebiótico potencializado, que proporciona maior proteção com melhora do desempenho e higiene dos animais. Entre as

HYPERGEN É A NOVIDADE DA BIORIGIN. (À ESQ.) **JOÃO FERNANDO ALBERS KOCH** E **FELIPE DOMINGUES**, INTEGRANTE DO TIME DE MARKETING ESTRATÉGICO – INTELIGÊNCIA DE MERCADO

suas vantagens, ele favorece o equilíbrio da microbiota e saúde intestinal, e auxilia na redução de problemas digestivos, além de potencializar as defesas naturais.

O produto, como conta o gerente Técnico Global em Aquicultura, João Fernando Albers Koch, foi lançado exclusivamente na feira, e é bastante conhecido no exterior. “Agora temos a possibilidade de trazê-lo ao mercado brasileiro”.

Em relação à feira, João destacou que é um evento que está no radar da empresa. “Gostamos bastante e atingimos as expectativas. É uma oportunidade para fortalecermos relacionamentos, trocarmos experiências, informações de mercado e técnicas”. ■

NORTENE

AUMENTO DE PRODUTIVIDADE

PELA SEXTA VEZ, a Nortene participou da Fenacam trazendo novidades ao evento. Neste ano, de acordo com a coordenadora de Vendas, Samantha Soares, a empresa apresentou o lançamento Aquamax HD, uma solução voltada para a carcinicultura. Segundo a profissional, trata-se de uma geomembrana para impermeabilização para viveiros de camarão – justamente para evitar a passagem de água. Dentre as vantagens dos reservatórios, podemos citar a economia de água, proteção contra doenças e aumento de produtividade.

“O evento é fantástico em termos de conteúdo e *networking*. Tivemos muitas visitas em nosso estande de pessoas com interesse em comprar ou investir no futuro”, compartilhou Samantha. ■

NORTENE
LEVOU AO
EVENTO SEU
LANÇAMENTO,
O AQUAMAX HD



HEADS

Deliver Results

Entrega de resultados e soluções de gestão empresarial, contribuindo para o crescimento sustentável e geração de valor.

- Contabilidade e Impostos
- Consultoria
- Fusões e Aquisições
- Internacionalização
- Governança Corporativa
- Sucessão Familiar



YES SINERGY FOCO NA SUSTENTABILIDADE

NOS ÚLTIMOS ANOS, a Yes Sinergy vem investindo no setor de aquicultura, desenvolvendo tecnologias importantes para a atividade. Este ano, como contou o gerente Comercial da Linha de Premix e Aquicultura, Sidney Ferracin Fernandes, a empresa destacou o lançamento do GlucanGold, um betaglucono purificado com

inúmeros benefícios e bons resultados, principalmente em regiões com muitos desafios, como o Nordeste. “É um imunomodulador que auxilia a produção mediante altos desafios, deixando o animal mais saudável e menos suscetível a doenças”.

Conforme destacou Sidney, a Yes é uma empresa de biotecnologia, dona

do processo produtivo, com foco em produtos orgânicos que não agredem o meio ambiente. “Temos diversos reconhecimentos, e recentemente conquistamos a Patente Verde”. Além disso, acrescentou o profissional, todas as soluções da companhia são embasadas em trabalho de pesquisa a campo e universidades. ■

EM SUA SEGUNDA EDIÇÃO NA FEIRA, A YES APRESENTOU O LANÇAMENTO E DESTACOU AS VANTAGENS DO GLUCANGOLD

ADM SUPORTE E SEGURANÇA AO PRODUTOR

OFERECENDO soluções nutricionais para a piscicultura, por meio de novas formulações, produtos e serviços, a área de nutrição animal da ADM esteve presente na 16ª edição da Fenacam 2019. No Brasil, de acordo com o diretor Comercial da empresa em âmbito nacional, José Ricardo Rocha, a companhia atua com quatro marcas: Presence, Socil, Total e Nutrizon. “A aquicultura é uma das nossas principais unidades de negócios. Tanto a marca Presence, como a Socil e Total estão fortemente nesse segmento, principalmente do camarão, onde temos uma parcela de clientes importante no Nordeste”.

(À DIR.) **JOSÉ RICARDO ROCHA**
AO LADO DO
GERENTE DE
PRODUTOS
AQUICULTURA,
RODRIGO ALENCAR



Já no mercado de peixes, Rocha destacou a ampliação do setor e os investimentos da empresa em novos produtos e estrutura fabril: “A atividade vem crescendo quase dois dígitos nos últi-

mos anos e estamos acompanhando essa evolução, investindo em plantas e fábricas para termos capacidade de atendimento e oferecer suporte e segurança ao produtor”, destacou. ■

BAYER

DO MUNDO PARA O BRASIL

COM UMA atuação forte ao redor do mundo no setor de aquicultura, a Bayer está trazendo as tecnologias ao Brasil para contribuir com o desenvolvimento da atividade verde e amarela. Nesta edição, como explicou o *trainee* de Projetos da unidade de Saúde Animal da Bayer, Willian Cesar Missias, a empresa está lançando três produtos dedicados à melhoria do ambiente (água e solo) na produção de camarão e peixe, o que impacta diretamente nos resultados zootécnicos e financeiros da atividade. “E o objetivo é trazer o portfólio completo para a realidade brasileira”, adiantou o profissional.

Dentre as novidades, duas delas são da linha Proquatic. O PondPlus é um produto focado para degradação da matéria orgânica, enquanto o PondDtox é voltado para a eliminação do gás sulfídrico da água. Já a terceira solução, conforme detalhou Willian, é o Stomi, uma suplementação mineral desenvolvida para ser inserida na água, para que o ambiente aquático seja mais rico em minerais.

Em paralelo, a Bayer organizou uma palestra técnica com o Head Global de Produtos para Aquicultura da empresa, Jan Koesling, momento em que foi destacado o panorama mundial da atividade e o portfólio de produtos da empresa. ■

(DA ESQ. À DIR.) **WILLIAN CESAR MISSIAS**, O COORDENADOR DE CONTAS-CHAVE, **DELTON JOSÉ PEREIRA JÚNIOR**, E O GERENTE DE PRODUTOS PARA AVES, SUÍNOS E AQUICULTURA, **MARCIO ANDRE DAHMER**



interpack

PROCESSING & PACKAGING

7^{TO} 13 MAY 2020

DÜSSELDORF

INTERPACK.COM/FOOD



WELCOME TO THE WORLD OF FOOD

EXPERIENCE THE UNIVERSE OF
PROCESSING & PACKAGING

Emme Brasil

Alameda dos Maracatins _ 1217 cj 701

São Paulo - SP _ 04089-014 _ Brasil

Tel: +55 11 2365-4313 _ +55 11 2365-4336

contato@emmebrasil.com.br _ www.emmebrasil.com.br



Messe
Düsseldorf



"A IMEVE TEM UM CUIDADO RIGOROSO NO DESENVOLVIMENTO DE SUAS SOLUÇÕES", PONTUOU **WELLINGTON ROSSITTO**

IMEVE SOLUÇÕES COMPLETAS

EMPRESA nacional de probióticos, a Imeve esteve presente em mais uma edição da Fenacam. Para o gerente Nacional de Vendas, Wellington Rossitto, o evento é uma importante feira do setor, com um âmbito técnico muito importante, onde os produtores conseguem absorver as tecnologias e aplicar em suas fazendas.

Durante o evento, a companhia focou na divulgação de toda sua linha voltada para o setor, dando enfoque ao DBP Enz, solução que auxilia na colonização de bactérias probióticas no ambiente e no trato intestinal dos camarões. "A Imeve tem um cuidado rigoroso no desenvolvimento de suas soluções. Procuramos sempre desenvolver produtos que vão suprir alguma necessidade de mercado. No caso DBP Enz, ele pode ser utilizado junto com um prebiótico, que é um alimento para essas bactérias e, por consequência, a produção tem uma eficiência maior", detalhou Wellington. ■



FELIPE CABANNE SUBLINHOU OS NOVOS PROJETOS DA DSM NO SEGMENTO DE AQUICULTURA

DSM AMPLIANDO O PORTFÓLIO

CONSOLIDADA globalmente como produtora de vitaminas e pigmentos para aquicultura, a DSM vem apostando fortemente no segmento com foco em animais de água quente. Segundo o gerente de Contas da divisão, Felipe Cabanne, atualmente a empresa tem percebido uma alta demanda de soluções de saúde e pigmentação para o mercado de camarão, vinda especialmente do Equador. No Brasil, a ideia da empresa é abrir mais mercados e realizar novas parcerias. "Nosso foco é desenvolver produtos que solucionem

problemas de nossos clientes e contribuam para torná-los mais eficientes e produtivos".

Neste momento, contou, a DSM está trabalhando na criação de um portfólio específico para aquicultura para fortalecer a imagem no segmento brasileiro. "Temos, atualmente, um trabalho forte nas áreas de *premix* e vitaminas/minerais. Somado a isso, estamos realizando uma série de estudos com foco em eubióticos e aditivos de saúde, pensando tanto na performance dos animais como no aumento de sua sobrevivência. A sustentabilidade é outro pilar importante de nossa companhia. As soluções de biorremediação e utilização de enzimas para melhor aproveitamento de nutrientes e aumento da qualidade da água fazem parte das nossas soluções para este mercado", destacou Felipe. ■

ALLTECH BIOTECNOLOGIA EM PROL DO SETOR

CONFORME destacou o coordenador para aquicultura, Fabio Rodrigues, a Alltech este ano apresentou o Aquate Fertilizer na feira, dentre outros produtos. Segundo o profissional, o produto é formulado especialmente para fertilização orgânica de viveiros de aquicultura, capaz de potencializar, enriquecer e equilibrar todo o sistema de cultivo, agregando em produtividade e qualidade. "Em

paralelo, temos a linha geral que atende os setores de peixe e camarão, focada em *off flavor* e qualidade da carne", acrescentou.

Com atuação em biotecnologia, a Alltech, segundo a coordenadora para aquicultura do Brasil, Carolina Farias, disponibiliza soluções testadas em laboratórios e universidades. Dentro do portfólio, outro produto focado no setor, e em destaque na feira, foi o Allzyme SSF, um *blend* de enzimas que permite flexibilidade na formulação de alimentos por meio da inclusão de sub-produtos e matérias-primas alternativas, ou pela redução da densidade dos nutrientes da dieta. ■

FABIO RODRIGUES E CAROLINA VASCONCELOS REFORÇARAM O PORTFÓLIO DA ALLTECH VOLTADO PARA O SETOR



MCR AQUACULTURA PROPOSTA PIONEIRA

EMPRESA pioneira no Brasil, com mais de 30 anos de trabalho de assessoria técnica e consultoria especializada na área de cultivo de camarão marinho e peixe de água doce, a MCR Aquacultura esteve com vários destaques no evento.

Conforme destacou o proprietário da empresa, Itamar Rocha, o maior foco da companhia foi receber os visitantes em seu estande. Em paralelo, foram apresentados os aeradores de palhetas (*paddle wheel*) e de ondas (*wave maker*), importados da China. “Também, de forma pioneira, lançamos a proposta de ‘condomínios

SEGUNDO
**ITAMAR
ROCHA**, MCR
AQUACULTURA
DESTACOU
DIVERSAS
TECNOLOGIAS
PARA O SETOR



ou polo de carcinicultura marinha’, com administração e gerenciamento técnico centralizados, envolvendo desde a seleção da área, elaboração, implantação e operacionalização do empreendimento”.

Segundo Itamar, o projeto inclui os sistemas multifases (berçários primários, secundários cobertos) e viveiros de engorda (semi-intensivos abertos ou intensivos cobertos), do tipo “estufa agrícola”. ■

ANPARIO EM LINHA COM AS TENDÊNCIAS GLOBAIS

TRADICIONAL fabricante de óleos essenciais e ácidos orgânicos para aves, suínos e bovinos, a Anpario reúne tecnologias inovadoras em seu portfólio, focadas nas áreas de saúde e nutrição animal. Presente há seis anos no Brasil, a companhia esteve no evento, juntamente com a Nexco – distribuidora da linha Aqua para o Brasil. “Trabalhamos com produtos naturais, alternativa real, eficiente e já aprovada pelo mercado aos antibióticos tradicionais, com produtos como Prefect, Salkil e Orego Stim, de ação antimicrobiana, antioxidante e estimulantes do sistema imune do animal”, explicou o diretor de Vendas LATAM, David Dinhani.

Os produtos, conforme destacou David, promovem a saúde do trato gastro-intestinal durante todos os estágios críticos de crescimento, mantendo o consumo saudável dos animais, até mesmo em períodos de estresse. “Estamos em linha com as tendências para os próximos anos. Nosso objetivo é oferecer uma alimentação mais saudável aos animais e livre de antibióticos, tanto para atender legislações de mercados específicos como para responder aos consumidores”, reforçou.

Na oportunidade, Lucy Brimble, do departamento de Marketing Anpario Inglaterra, marcou presença no evento. A vinda dela ao Brasil foi para visitar e acompanhar a utilização dos produtos. ■



(DA ESQ. À DIR) **MARCOS T. BULL CANEDO**, GERENTE TÉCNICO COMERCIAL DA NEXCO; **LUCY BRIMBLE** E **DAVID DINHANI**