

MÍDIA DOS LÍDERES DA SAÚDE ANIMAL



HEALTH BUSINESS.COM®

AS MAIS INFLUENTES DO SETOR DA SAÚDE E NUTRIÇÃO ANIMAL

MULHERES SÃO REFERÊNCIA EM CONHECIMENTO E COMPETÊNCIA TAMBÉM NO CUIDADO COM OS ANIMAIS

LOGÍSTICA E SUPPLY CHAIN COMO PARTE DA ESTRATÉGIA NA INDÚSTRIA

NEGÓCIOS, LANÇAMENTOS E INOVAÇÕES AGITAM TODO O MERCADO

A FÓRMULA DO SUCESSO? TECNOLOGIA E GESTÃO FAZEM A DIFERENÇA




Edição Jan/Abr 2022

O MAIOR EVENTO DE SAÚDE ANIMAL DA AMÉRICA LATINA

ANIMAL HEALTH EXPO+FORUM

Renovada, ampliada e repleta de novidades

A maior vitrine multissetorial do setor de saúde Animal. Além da exposição de marcas, produtos, serviços, equipamentos e novas tecnologias, o evento fomenta a realização de networking qualificado para criação de parcerias, negócios e trocas de experiências por meio de fóruns empresariais e técnicos sobre as principais inovações e tendências do setor.

-  +100 MARCAS EXPOSITORAS
-  +11k PARTICIPANTES
-  89% DECISÃO DE COMPRA
-  +22 CONGRESSOS E FÓRUNS



4 A 6
OUTUBRO
SÃO PAULO
BRASIL
2023

SAIBA MAIS
animalhealthexpoforum.com.br
info@animalhealthexpoforum.com.br
+55 11 99711-4500
+55 11 2547-2800

SIGA-NOS
@animalhealthexpoforum



MÍDIA OFICIAL:



PROMOÇÃO E REALIZAÇÃO:



Classificados
WhitecoatHub.com

COMPRA-SE

A Mônica e o Renan estão em planejamento para abrir uma nova clínica veterinária e estão com orçamento de 150 mil reais.

Eles estão pesquisando todas as possibilidades nos Classificados do WhitecoatHub.com



Classificados
WhitecoatHub.com

VENDE-SE

O Renato publicou para venda a sua clínica veterinária na Zona Sul de São Paulo por 89 mil reais e acabou de receber o contato da Mônica e do Renan.

**DEU
MATCH!**



whitecoat
HUB.COM



**FAÇA COMO O RENATO.
VAI DESAPEGAR DO USADO
OU VENDER ALGO NOVO?**

Chegou WhitecoatHub.com, o mais novo Classificados Digital de Compra e Venda da Saúde Animal.



Alcance oportunidades com quem quer comprar ou vender produtos, equipamentos, laptops, livros e até estabelecimentos, como o da Mônica e do Renan..

**É tipo uma OLX da Veterinária?
Sim. É muito mais do que isto!**



A VOZ QUE CHEGA PARA INSPIRAR OS LÍDERES DA SAÚDE E NUTRIÇÃO ANIMAL

A primeira mídia executiva e empresarial do mercado pet e da cadeia multissetorial da Saúde e Nutrição Animal

Esse espaço passa a ser o nosso ponto de encontro para troca de *insights*, ideias e visões de líderes que, certamente, podem inspirar e gerar mudanças em nossos negócios, carreiras e propósitos sociais. A primeira mídia executiva e empresarial para o mercado pet e da cadeia da Saúde Animal tem como foco compartilhar conteúdos relacionados a diferentes áreas, como:

- Economia e Finanças,
- Gestão e Liderança,
- Administração Empresarial,
- Carreira e Gestão de Pessoas,
- Logística e *Supply Chain*,
- Vendas e Marketing,
- Gestão de Produtos,
- Sustentabilidade,
- Estratégias,
- Inclusão e Diversidade,
- Tecnologia e Inovação.

Além disso, teremos histórias de sucesso de profissionais e empresas que fazem do nosso mercado um segmento pujante.

O objetivo é conectar as lideranças, compartilhando suas opiniões sob uma narrativa de primeira classe, e oferecendo informações qualificadas que possam impulsionar ainda mais o desenvolvimento econômico e mercadológico de nosso setor.

Nosso foco é apresentar práticas bem-sucedidas e exemplos de gestão, de liderança, empreendedorismo, tendências e lançamentos.

Nosso olhar vai além da saúde e bem-estar dos animais, incluindo a saúde humana e nossa relação com o planeta.

Chegamos para protagonizar os executivos, empresários e profissionais médico-veterinários, que atuam em posições de decisão nas indústrias e empresas, bem como aqueles que trabalham na linha de frente da gestão de Hospitais, Clínicas, Laboratórios, e Centros de Diagnóstico Veterinário, que fazem a diferença na carreira dos profissionais e na gestão multissetorial do mercado pet e de Saúde e Nutrição Animal.

A COMUNICAÇÃO NO MERCADO VETERINÁRIO BRASILEIRO ENTRA NUMA NOVA ERA

Vamos cobrir as movimentações do mercado, trazendo perspectivas setoriais, conjuntura e gestão, compartilhando ações relacionadas à sustentabilidade, diversidade e inclusão, relatando como gestores emplacam os seus lançamentos e ditam as tendências do mercado.

"A Animal Health Business materializa uma proposta audaciosa e inovadora no setor. O projeto foi desenhado para ser muito mais do que uma revista, mas sim parte de uma plataforma integrada de comunicação e marketing composta por: Feira *premium* de negócios, Congresso Científico Internacional, Fórum de Gestão e Liderança, plataforma de Educação *Online* sob Demanda, Guia digital de fornecedores e classificados online. E este é só o início de

uma nova era no que se entende por marketing, comunicação e mídia para o mercado pet e veterinário brasileiro", observa Adriano Souza, Diretor da UBX Media & Events, responsável pela divisão integrada: Marketing, Comercial e Novos Negócios.

"A Animal Health Business sintetiza o nosso DNA de promover conhecimento, união e ser a mídia dos líderes, daqueles que investem, que apostam no mercado. Projetamos uma mídia refinada e que vem para ocupar um lugar de prestígio nas mentes dos protagonistas deste setor, com acabamento primoroso, desde a escolha do papel ao uso das cores.

Propomos levar uma experiência *premium* ao leitor, dentro de um projeto gráfico leve, moderno e refinado, feito sob medida para aqueles que inspiram o segmento. Nos bastidores, costumamos dizer que aqueles que participam, certamente, investem, inovam e fazem o futuro do setor.", diz Carlos França, Diretor de Criação da UBX Media & Events, responsável pela divisão Integrada: Branding, Comunicação estratégica, Produção e Operações.

Nossa revista nasce forte e grande, apoiada por entidades de classe parceiras, por nossos conselheiros editoriais - Revista Clínica Veterinária e Revista Nosso Clínico, bem como por nossos anunciante, que atuam em escala global. Juntos, promovemos o futuro do setor da Saúde Animal.

A PRIMEIRA MÍDIA DE NEGÓCIOS DO SETOR DA SAÚDE ANIMAL
LÍDERES QUE INSPIRAM TRANSFORMAÇÕES E IMPACTOS POSITIVOS NO MUNDO.
EXPERIENCIE O NOVO, SOB UMA NARRATIVA DE PRIMEIRA CLASSE.

DIRETORIA EXECUTIVA EDITORIAL



ADRIANO SOUZA
asouza@ubxsa.com
Diretor de Marketing & Comercial



CLIVONEI ROBERTO
croberto@ubxsa.com
Chefe de Redação



CARLOS FRANÇA
cfranca@ubxsa.com
Diretor de Criação

Publisher
Executivo Comercial
Marketing e Produto
Diretor de Projetos

Tem 17 anos na área Comercial, Marketing, Patrocínios, AdSales, Planejamento, Atendimento, Gestão de Produtos e BizDev em diferentes mercados, como Saúde, Saúde Animal, Agronegócio, Infraestrutura, Energia e TI, atuando em empresas de renome, como Informa Markets, Reed Exhibitions, UBM Brazil e TV Record. Foi Key Account Manager e Gestor de Patrocínios de grandes eventos internacionais e nacionais como Hospitalar, MercoAgro, Expo Meet, Food Ingredients, Intermodal South America, ConcreteShow, entre outros. Aplica seu talento de forma holística, do planejamento à execução. Atualmente é diretor da UBX Media & Events e da Animal Health Business.

Jornalista
Brand Content
Gestor de Projetos
Sustentabilidade

Mais de duas décadas de atuação no mercado de comunicação. Já esteve à frente de publicações especializadas em diferentes segmentos, como Agronegócio, Energia, Saúde, Economia, Lifestyle e Comportamento. Trajetória que lhe rendeu mais de 10 premiações nacionais de jornalismo, como os prêmios CNH de Jornalismo Econômico e Massey Ferguson. Também possui ampla experiência em comunicação de práticas sustentáveis, já tendo elaborado inúmeros relatórios de sustentabilidade, como da CNA (Confederação Nacional da Agricultura e Pecuária do Brasil); do Ibope Inteligência; da Secretaria de Agricultura do Estado de São Paulo; e da Laticínios Tirolez. É chefe de redação da Revista Animal Health Business.

Designer
Artista Gráfico
Diretor de Arte
Publicitário

Nos últimos 20 anos atuando em São Paulo, em diversos segmentos da comunicação com projetos em Design de Embalagens, PDV, Mkt Direto, Branding, Advertising, Eventos em grandes agências como Ogilvy, VMLY&R e Havas, trabalhando com marcas globais, evoluindo suas formas e posicionamentos. Aplicando seu trabalho em todos os canais, sempre à frente criando tendências. Formado em Designer Gráfico em 1994 pela Faculdade da Cidade, Ipanema-RJ. Clientes atendidos: American Express, Alliance Seguros, DB, DHL, Dupon, Ford, Gerda, IBM, Itaú, Lenovo, L'occitane, Motorola, Primo Rossi, SAP, Stark, UHG, entre outros. É diretor da UBX Media & Events e da Animal Health Business.

ANIMAL HEALTH DESTACA OPORTUNIDADES PARA PARCERIAS E CRESCIMENTO CONJUNTO

A Revista Animal Health Business chega ao mercado veterinário para oferecer uma contribuição ao desenvolvimento e à expansão do setor, para promover inovações, tendências, lançamentos e compartilhar novas ideias e soluções que possam ser empregadas por todos os agentes desse meio.

A proposta deste veículo é oferecer um canal por meio do qual as pessoas envolvidas nos diferentes setores empresariais da medicina veterinária de pequenos animais expressem suas ações, suas motivações, suas realizações e o seu melhor espírito empreendedor, de modo a criar um estímulo mútuo e uma mentalidade de crescimento e progresso integrado, para que juntos possamos desenvolver nossas atribuições com criatividade e consciência dentro de nossas diversas empresas e entidades.

Da gestão à ecologia, da tecnologia aos serviços, dos produtos às ações educacionais, abrangendo as mais diversas possibilidades criativas e executivas, a Revista Animal Health Business se propõe a apresentar experiências e soluções que possam servir de incentivo para promover a sinergia e a evolução de todo o setor.

Sempre buscando essa união, a Revista Animal Health Business é um convite para que possamos trilhar juntos esta jornada de aprendizado, integrando mídias executivas e empresariais, eventos educacionais, como feiras e congressos, além de plataformas digitais B2B e de educação continuada.

Maria Angela Sanches Fessel

Médica-veterinária e editora da Revista Clínica Veterinária
Conselheira da Revista Animal Health Business



"DA GESTÃO À ECOLOGIA, DA TECNOLOGIA AOS SERVIÇOS, DOS PRODUTOS ÀS AÇÕES EDUCACIONAIS, ABRANGENDO AS MAIS DIVERSAS POSSIBILIDADES CRIATIVAS E EXECUTIVAS, A REVISTA ANIMAL HEALTH SE PROPÕE A APRESENTAR EXPERIÊNCIAS E SOLUÇÕES QUE POSSAM SERVIR DE INCENTIVO PARA PROMOVER A SINERGIA E A EVOLUÇÃO DE TODO O SETOR."

PARCERIA E UM PROPÓSITO DE FORTALECER A COMUNIDADE VETERINÁRIA

A Revista Animal Health Business é fruto de uma verdadeira história de superação, comprometimento e verdade absoluta. Estou há quase 30 anos no segmento como publisher da Revista Nosso Clínico, uma das principais mídias científicas do setor médico-veterinário de pequenos animais no Brasil e, quando fui convidado a ser um dos conselheiros editoriais, eu aceitei contribuir imediatamente. Isso porque vivi uma intensa relação de negócio com a Animal Health, evento que agora se chama Animal Health Business. E constatei o trabalho que a UBX Media & Events realiza para o segmento médico-veterinário.

Com o evento, tivemos uma realização surpreendente, que foi elogiada até mesmo pelos mais antigos profissionais do setor. Eu sabia que agora não seria diferente, com o lançamento de uma revista com foco em gestão, liderança, tendências e lançamentos.

A Revista Animal Health Business é uma mídia forte e grande, que vem para agregar com as mídias científicas existentes. Promete ser a porta de entrada das inovações para o segmento médico-veterinário brasileiro e protagonizar empresas e empresários, executivos e profissionais médicos-veterinários em posições de liderança.

O aceite foi mais uma prova de união do setor, que é um dos pilares do trabalho da UBX Media & Events no nosso segmento. Essa filosofia casa perfeitamente com o DNA da Revista Nosso Clínico.

Fernando Figuerola Pons

CEO das Revistas Nosso Clínico e Nosso Equino e da Editora Troféu Conselheiro da Revista Animal Health Business



"O PROPÓSITO DA ANIMAL HEALTH É FANTÁSTICO: CONTRIBUIR COM A ATUALIZAÇÃO E EVIDENCIAR O EXECUTIVO, O EMPRESÁRIO, O MÉDICO-VETERINÁRIO QUE ESTÁ EM TODAS AS ÁREAS DA CADEIA"



18
EVENTOS:
Vem aí...
Animal Health
Business



22
CADERNO
ESPECIAL:
Mulheres Influentes
da Saúde Animal



74
LOGÍSTICA:
Área estratégica
no setor da Saúde
e Nutrição
Animal



92
CARREIRA:
O bom filho
à casa torna

*Quer falar com empresários,
executivos do setor da Saúde
Animal e os mais influentes
da medicina veterinária?*

FALE COM A GENTE!

ANÚNCIOS E PATROCÍNIOS
comercial@ubxsa.com

ATENDIMENTO
Adriano Souza
Carlos França

SIGA-NOS!
@animalhealthexpoforum

DIREÇÃO EXECUTIVA
Adriano Souza
Carlos França

COMERCIAL
Adriano Souza
Joelma Santana
Maurício Fagundes

COMUNICAÇÃO
Carlos França
Clivonei Roberto

CONSELHO EDITORIAL
Maria Angela Sanches Fessel
Fernando Figuerola

FEIRA & CONGRESSO
Animal Health Expo+Forum

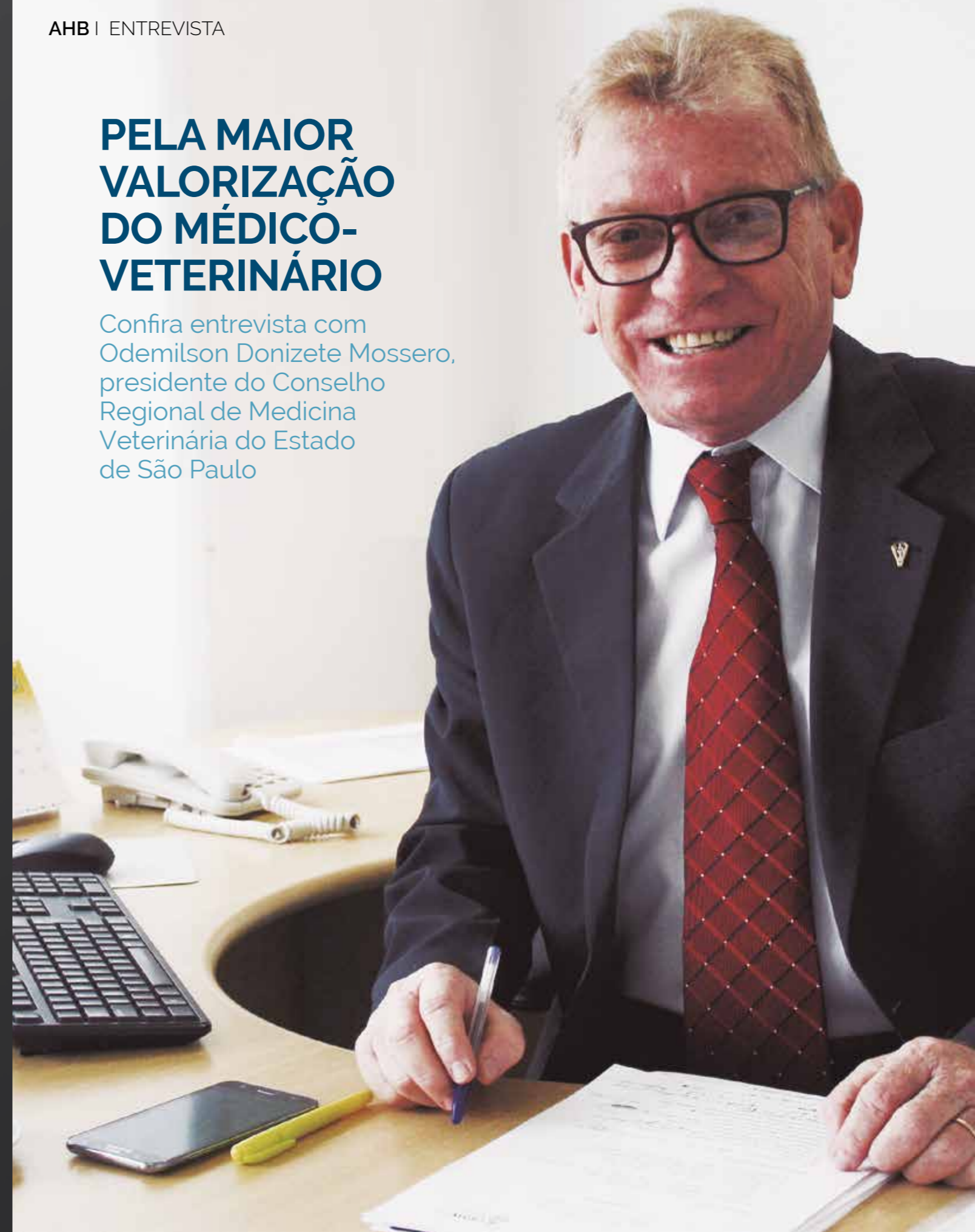
PLATAFORMAS DIGITAIS
whitecoathub.com

REALIZAÇÃO
UBX Media & Events

PARCEIROS DE MÍDIA
Revista Clínica Veterinária
Revista Nosso Clínico
Revista MedVep

PELA MAIOR VALORIZAÇÃO DO MÉDICO- VETERINÁRIO

Confira entrevista com
Odemilson Donizete Mossero,
presidente do Conselho
Regional de Medicina
Veterinária do Estado
de São Paulo



1

DR. ODEMILSON DONIZETE MOSSERO:
O que representa para o senhor ser eleito para a presidência do CRMV-SP?

AHB: Nosso trabalho visa dar continuidade ao processo de modernização e valorização profissional junto à sociedade em suas diferentes frentes, como saúde animal, saúde pública e meio ambiente. Agora estamos vislumbrando uma nova fase, totalmente integrada às anteriores, sendo apenas uma sequência natural da evolução das etapas já implantadas. Assim, buscamos manter todos os processos estabelecidos, importantes para a continuidade dos trabalhos do Conselho. Agora, procurando uma maior aproximação junto aos nossos colegas médicos-veterinários e zootecnistas em todo o Estado de São Paulo.

2

DR. ODEMILSON:
Qual é a dimensão do setor representado pelo CRMV-SP?

AHB: Temos cerca de 54 mil profissionais médicos-veterinários registrados no CRMV-SP, sendo mais de 42 mil atuantes no Estado. Isso representa 26% do total de profissionais registrados no País. Quanto aos profissionais de zootecnia, são quase 3.800 registrados, sendo pouco mais da metade deles considerados atuantes. São Paulo concentra cerca de 20% dos zootecnistas registrados no Brasil. Não há dados exatos sobre o número de médicos-veterinários que atuam com pets e quantos trabalham com animais de produção.

3

DR. ODEMILSON:
Qual perfil podemos traçar do segmento médico-veterinário paulista e qual é sua representatividade no país?

AHB: O Estado de São Paulo é o que possui o maior número de clínicas e hospitais veterinários, assim como a maior quantidade de petshops, como ilustrado na tabela abaixo (dados do CFMV, referentes a 31/03/2021). De todos os cursos de Medicina Veterinária do Brasil, cerca de 20% deles são oferecidos no Estado de São Paulo.

Local	Clinicas	Hospitais	Consultórios	Ambulatórios	Petshops
São Paulo	13.186	386	2.375	67	8.352
Brasil	26.833	928	10.007	127	17.810

Dentre os pouco mais de 1.500 profissionais que responderam a uma pesquisa realizada pelo CRMV-SP em 2018, a maioria (34%) disse atuar na clínica de pequenos animais. Na sequência, entre as áreas mais citadas estão as de Saúde Pública (4,6%), Clínica de Grandes Animais (3,3%), Laboratório de Diagnóstico (3,4%), e Cirurgia de Pequenos Animais (3,1%). O setor de ensino e pesquisa é o campo de atuação de quase 7% dos médicos-veterinários participantes da pesquisa. Uma multiplicidade de atividades inerentes à profissão foi apresentada neste levantamento. Segundo o CFMV (Conselho Federal de Medicina Veterinária), são mais 80 áreas de atuação possíveis para o profissional.

4

DR. ODEMILSON:
Quanto pets temos no estado de SP e qual é o rebanho de animais de produção?

AHB: O Brasil é considerado o segundo país com maior número de animais de companhia, contando com cerca de 139 milhões de pets, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). De acordo com a Pesquisa Nacional de Saúde (PNS) de 2019, divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 46,1% dos domicílios brasileiros tinham pelo menos um cachorro e 19,3% dos lares tinham gato. No Estado de São Paulo, a estimativa era de que 45,5% dos domicílios possuíam cachorro e 16% das famílias tinham gato.

Segundo dados do Instituto de Economia Agrícola (IEA) de 2019, o número total de bovinos no Estado de São Paulo era de 10,25 milhões. O efetivo de suínos era estimado em 1,06 milhão de cabeças. O plantel paulista de aves para postura era de 60,57 milhões de cabeças e o de aves para corte era de 131,58 milhões.

5

DR. ODEMILSON:
Quais são os grandes desafios e demandas do setor?

AHB: A medicina veterinária continuará crescendo numericamente, considerando o grande número de escolas criadas atualmente, e outras que virão. É preciso que os alunos tenham uma boa formação profissional, pois o mercado de trabalho está cada vez mais exigente. Precisamos investir numa maior aproximação também com as universidades, com os alunos, buscando incentivá-los desde o começo a participarem dos principais temas ligados à profissão, iniciando com a ética profissional.

Nossos profissionais terão, cada vez mais, formação técnica especializada, com aplicação da tecnologia de ponta, na área da TI, que avança dia a dia. Precisaremos dar atenção também às novas demandas, principalmente a partir da pandemia. Merecem destaque, com limites a serem bem definidos, temas como a teleorientação e o EaD, por exemplo.

“O SETOR PASSOU POR ADAPTAÇÕES PARA GARANTIR A SEGURANÇA DE TRABALHADORES E CLIENTES E A SUSTENTABILIDADE DOS NEGÓCIOS, COMO A ADOÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL E REUNIÕES POR VIDEOCONFERÊNCIA”

6

DR. ODEMILSON:
Qual tem sido o impacto da pandemia sobre o setor médico-veterinário?

AHB: O mercado pet não está perdendo público por conta da pandemia causada pela Covid-19. De acordo com uma pesquisa da Associação Brasileira de Hospitais Veterinários (ABHV) com empresários, apesar do setor pet ter passado quase ileso pela crise, esta pandemia apresentou características diferentes. No primeiro momento, uma incerteza e pânico geral, mas ainda com pouco impacto financeiro, mesmo nas regiões mais afetadas pela doença. Em um segundo momento, a região Sudeste apresentou uma queda mais expressiva no faturamento. Porém, de maneira surpreendente, muitos empresários se mostraram otimistas com a rápida recuperação.

O setor também passou por adaptações para garantir a segurança de trabalhadores e clientes e a sustentabilidade dos negócios, como a adoção de equipamentos de proteção individual e reuniões por videoconferência e aulas de medicina veterinária a distância.

Alguns setores produtivos, sobretudo em linhas agroindustriais de processamento e distribuição de alimentos, tiveram que adaptar as suas rotinas de trabalho visando a segurança dos profissionais envolvidos e a biossegurança dos produtos a serem entregues no mercado. A pandemia também acendeu o alerta para a necessidade de procedimentos ainda mais rigorosos na manipulação e comercialização de alimentos, sendo os médicos-veterinários os responsáveis pela fiscalização dos alimentos de origem animal.

7

DR. ODEMILSON:
Temos profissionais do setor contribuindo no enfrentamento da pandemia?

AHB: A Covid-19 tem exigido um grande esforço multiprofissional para superar todas as demandas da saúde, reforçando o conceito *One Health* ou "Saúde Única", que mostra que a saúde humana e a saúde animal são interdependentes e ligadas à saúde dos ecossistemas.

Nesse contexto, o papel dos médicos-veterinários tem sido fundamental, estando presentes tanto nas equipes responsáveis pelos exames, quanto encabeçando diversos projetos de pesquisa. Há médicos-veterinários atuando na pesquisa de vacinas e de medicamentos a serem empregados para o tratamento de seres humanos acometidos pela Covid-19.

Como exemplos, podemos citar os trabalhos desenvolvidos no Instituto Biológico de São Paulo (IB) para o diagnóstico da Covid-19. Há médicos-veterinários também atuando no Instituto Butantã, na equipe, por exemplo, que desenvolveu o soro anti-Covid.

"NA PANDEMIA, O PAPEL DOS MÉDICOS-VETERINÁRIOS TEM SIDO FUNDAMENTAL, ESTANDO PRESENTES TANTO NAS EQUIPES RESPONSÁVEIS PELOS EXAMES, QUANTO ENCABEÇANDO DIVERSOS PROJETOS DE PESQUISA"

8

DR. ODEMILSON:
Qual é sua expectativa para o pós-pandemia?

AHB: Acredito que o momento agora é de buscar a redução dos prejuízos sociais e econômicos causados pela pandemia e aproveitar o período para se reinventar e continuar oferecendo um serviço de excelência a toda a sociedade. Também espero que haja mais investimento em Medicina Veterinária Preventiva nos municípios, com a contratação de médicos-veterinários para compor as equipes dos Núcleos de Apoio à Saúde da Família (Nasf). Afinal de contas, mais de 60% das doenças humanas são zoonoses.

9

DR. ODEMILSON:
Como o senhor enxerga a incorporação de novas tecnologias no setor? Quais são as tendências?

AHB: A pandemia potencializou discussões em torno de algumas pautas, como o ensino a distância e a telemedicina veterinária. Sem dúvida, a tecnologia vai desempenhar um papel central nas relações sociais e empresas de todos os portes e setores deverão passar por uma mudança cultural para conseguirem uma adaptação mais rápida que possibilite a transformação digital necessária, mas de forma regulamentada e sem que haja perda na qualidade dos serviços prestados à população, afinal estamos falando de saúde.

O avanço tecnológico já é uma realidade dentro da medicina veterinária e da zootecnia e a tendência é aumentar cada vez mais. Hoje já podemos ver o emprego da tecnologia no comércio eletrônico envolvendo os setores pet e agro; no uso de equipamentos modernos para diagnósticos e tratamento de doenças; na impressão 3D utilizada, por exemplo, para a confecção de próteses; na nanotecnologia usada para a produção de medicamentos mais eficazes; nos softwares de gestão que ajudam a melhorar a produtividade no campo e na clínica; entre muitas outras aplicações.

10

DR. ODEMILSON:
Começamos uma nova década. O que esperar do setor médico-veterinário para os próximos dez anos?

AHB: Vamos acreditar nas nossas profissões e nas nossas instituições. Precisamos de união, de integração entre todos nós. Assim, o caminho da valorização das nossas profissões e o reconhecimento cada vez maior por toda a sociedade será mais fácil. Nos Estados Unidos essa valorização do profissional já resulta em maiores ganhos econômicos. Por lá, segundo a *American Pet Products Association*, os profissionais ficam com 30% do faturamento do mercado pet, enquanto que no Brasil, a Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação estima que esse percentual seja de apenas 16%.

SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE ENDOCRINOLOGIA FELINA

20 de novembro de 2021

Sábado | 8h às 19h

Linda Fleeman

Animal Diabetes

Stijn Niessen

Royal College

Alexandre Daniel

Clinica Gattos

Archivaldo Reche Jr

FMVZ-USP, Vetmasters

Flávia Tavares

Inter Gáveas | Vet Fãs

Heloisa Justen

UFRRJ

Márcio Brunetto

CEPEN Pet | FMVZ-USP

Priscila Viau

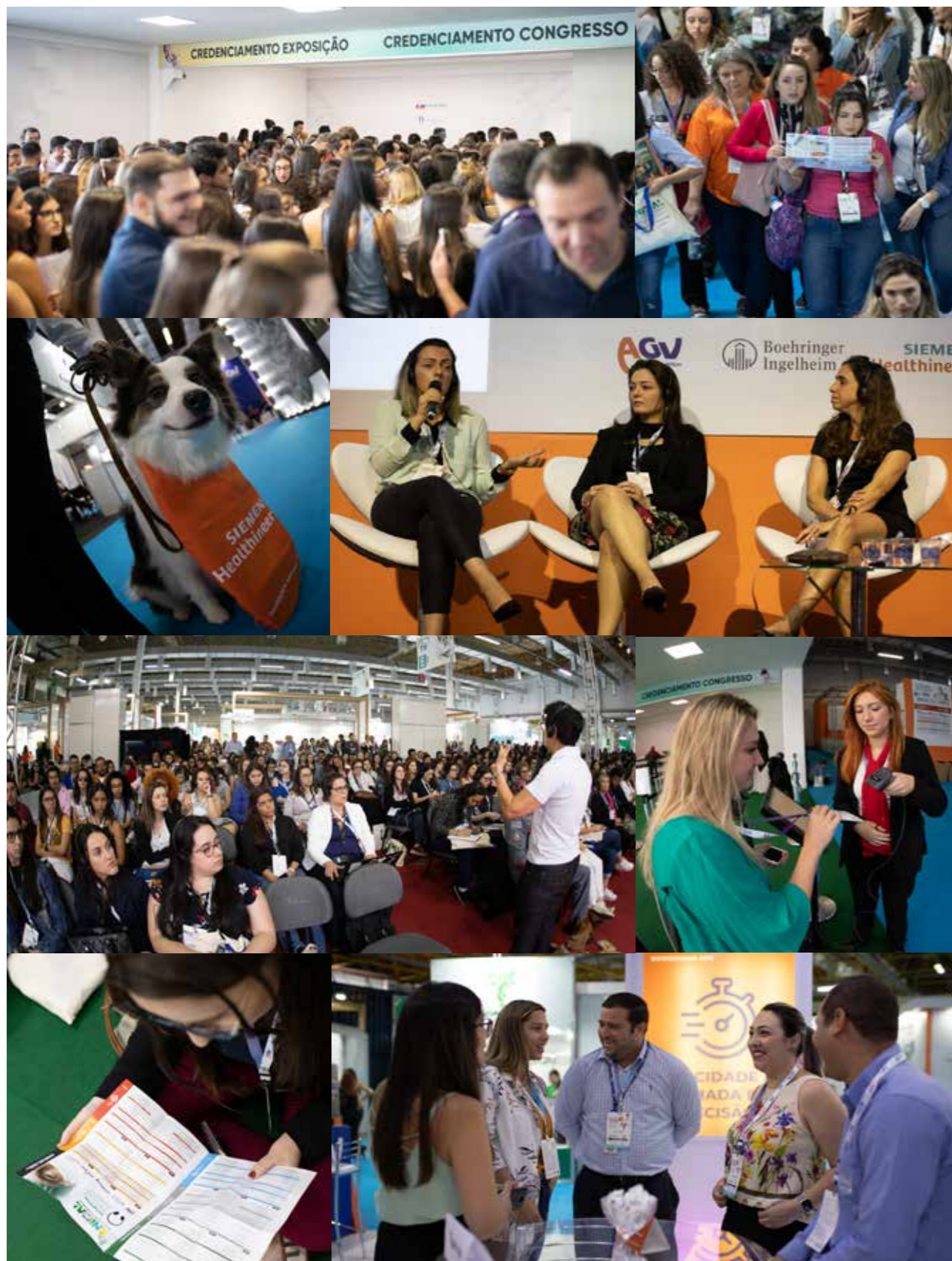
Pesquisas Hormonais, Provet, FMVZ-USP

Valores especiais para Sócios ABEV

Saiba como se associar e se inscrever em:

www.abev.org.br

Patrocinadores:



RETROSPECTIVA DA ANIMAL HEALTH EXPO+FORUM 2019: UM MARCO PARA O MERCADO DE EVENTOS DE SAÚDE ANIMAL NO BRASIL

No coração da Cidade de São Paulo, entre os dias 2 a 4 de outubro de 2019, foi realizada a primeira edição do Animal Health Expo+Forum, um evento que reuniu mais de 90 expositores (fornecedores) que representam mais de 200 marcas de produtos, serviços, tecnologias, soluções e equipamentos para hospitais, clínicas, laboratórios e centros de diagnósticos veterinários, uma das maiores plataformas para lançamentos, demonstração de inovações mais recentes e promoção de soluções para mais de 20 áreas de especialidades médicas-veterinárias, incluindo gestão das operações de centro veterinário.

O evento ocorreu no pavilhão amarelo do Expo Center Norte, em São Paulo, onde ocupou mais de 10 mil metros quadrados entre exposição, 9 auditórios e hospital conceito.

Grandes nomes do setor, como Royal Canin, Boehringer Ingelheim, GE Healthcare, Samsung, Fujifilm, Solistica, Mindray, Magnamed, Anclivepa de São Paulo, Olsen, Macrosul, Konimagem, Deltronix e Sonoacape, foram patrocinadores essenciais, contribuindo para o sucesso e a realização do evento.

O congresso atraiu exatos 5.214 participantes, entre acadêmicos (9%) e profissionais (62%), proprietários de hospitais, clínicas e centros de diagnósticos (29%), enquanto o número de visitantes únicos alcançou a marca impressionante de 16.728.

O congresso internacional teve mais de 5.000 participantes, que puderam assistir palestras em 9 auditórios conduzidas por 123 palestrantes, sendo eles de 11 países como Alemanha, China, Estados Unidos, Reino Unido, Irlanda, México, Peru, Argentina, Colômbia, Emirados Árabes.

Foram um total de 196 palestras de diferentes temas, cobrindo 20 especialidades. O congresso mais visto nos últimos 100 anos da medicina veterinária no Brasil.

Esse sucesso de audiência foi resultado de um esforço estratégico da equipe da Animal Health, em colaboração com diversos parceiros, como CRMV-SP, Faculdade Qualitas, Anclivepa de São Paulo, CBNUV, ABEV, SBCV, ABMVI, ABMeVEC, ABRV, ABNV, ANFivet, ABROVET, ABRACTET, FEVERESP, REVISTA NOSSO CLÍNICO, REVISTA CLÍNICA VETERINÁRIA, REVISTA CÃES E GATOS, REVISTA VET SCIENCE, GENOV, Metalvet, além de 264 universidades que apoiaram o evento, proporcionando benefícios aos alunos, coordenadores e pesquisadores acadêmicos.

Outro destaque do evento foi o impressionante hospital conceito, com mais de 250 m² dedicados à inovação e às novas tecnologias. Mais de 2 mil participantes puderam vivenciar esse ambiente, deixando suas impressões e contribuindo para o Net Promotion Score (NPS) do espaço. O patrocínio do Hospital Conceito foi viabilizado por empresas como Metalvet, Bio Brasil, Mindray, Sono-Scape, Deltronix, Konimagem, Agfa Healthcare e Flor de Lótus.

Considerado um dos maiores hubs do setor, o evento uniu toda a classe veterinária, conforme destacou o Dr. Luciano Giovanini, Presidente do Colégio Brasileiro de Nefrologia Veterinária e Diretor Científico da Anclivepa de São Paulo. "A união das entidades de classe foi inédita", pontuou.

A Animal Health surgiu com o propósito claro de fortalecer o setor da Saúde Animal. Fundada por Adriano Souza, a ideia nasceu a partir de uma experiência pessoal com o problema de saúde de seu animal de estimação. Com determinação e foco, Souza conquistou o mercado, buscando unir, desenvolver e internacionalizar a indústria brasileira, angariando apoio de mídias, associações, empresas, universidades e até entidades governamentais, como a Polícia Militar dos Estados de São Paulo e Minas Gerais, e a Prefeitura de São Paulo.

Adriano Souza enfatiza que, dentre os membros de sua equipe, apenas duas pessoas possuíam experiência prévia em eventos. Todos os 16 membros da Animal Health foram minuciosamente treinados e preparados internamente, boa parte de nossa equipe eram especialistas em áreas de Criação como o Carlos França, Comercial B2B como o Bruno Fernandes e Comunicação como o Clivonei José Roberto, mas as demais pessoas foram absolutamente treinadas, pela UBE Américas, atualmente Infowiser Events.

FAZER O QUE TEM DE SER FEITO, SEM OBSTÁCULOS CORPORATIVOS

Adriano acredita que o sucesso do evento se deu por ter seguido com afinco as intuições divinas que recebeu, onde tomou decisões além da experiência profissional, o trabalho de sua equipe com autonomia e a participação ativa de parceiros também foram cruciais. Souza enfatiza que no mundo corporativo raramente é citado sobre crença, mas já que ele vem quebrando paradigmas, termina dizendo que "A Animal Health é um projeto de Deus, que foi dado a ele a missão de fazer acontecer no tempo certo, do jeito certo e na hora certa".

ANIMAL HEALTH EXPO+FORUM: ELEVANDO O PADRÃO INSPIRADO EM EVENTOS GLOBAIS

A Animal Health Expo+Forum não apenas se destacou no cenário nacional, mas também foi moldada pela excelência dos eventos globais. Inspirada pela renomada Hospitalar (no setor de saúde humana) e pela CIOSP (Congresso Internacional de Odontologia de São Paulo), ambos realizados no Brasil, a Animal Health buscou inspiração em eventos internacionais de prestígio, como a Arab Health Expo, nos Emirados Árabes Unidos, e a Medica, na Alemanha.

Essas influências internacionais foram cuidadosamente incorporadas, resultando em uma adaptação refinada que elevou o padrão do evento. Assim, a Animal Health não apenas rivalizou com seus concorrentes locais, mas também se destacou como uma plataforma de classe mundial para o mercado latino-americano, com ênfase especial no Brasil. Diz: Adriano Souza.

Estes depoimentos refletem a diversidade de opiniões e experiências positivas dos participantes do evento Animal Health Expo+Forum.



Dr. André A. Lacerda: "O congresso foi simplesmente incrível! Com 9 auditórios e 20 especialidades abordadas por 196 palestrantes, incluindo 14 de 10 países diferentes, nunca vi algo assim no setor. Além disso, todos os auditórios estavam lotados o tempo todo."

Viviane de Março: "O evento foi um verdadeiro sucesso, especialmente pela presença maciça de profissionais da área. A participação do público profissional superou em muito a dos estudantes, mostrando o interesse e relevância do evento para o setor."

Maria Angela Fadel: "Fiquei impressionada com a grandiosidade e a diversidade de temas abordados durante o evento. Foi uma experiência enriquecedora e inspiradora para todos os envolvidos."

Cinthia Fuscaldi da Royal Canin: "O evento foi de uma magnitude incrível e proporcionou uma excelente oportunidade para a Royal Canin se destacar. Estamos muito satisfeitos com o potencial demonstrado e com a relevância do evento para o nosso segmento."

Job Jr da Konimagem: "O Animal Health Expo+Forum foi um sucesso absoluto para os negócios. No primeiro dia de evento, conseguimos vender mais de 500 mil e recebemos inúmeras propostas para os próximos meses. Não posso revelar os números exatos, mas posso garantir que foi um sucesso não apenas para mim, mas também para vários colegas de outros segmentos."

UBE Américas agora é Infowiser Events e seguirá como promotora da Animal Health Expo+Forum nas próximas edições.

2020 • 2022 UMA JORNADA DE RESILIÊNCIA E REINVENÇÃO

Após o sucesso da Animal Health Expo+Forum 2019, o evento enfrentou o desafio sem precedentes da pandemia de COVID-19, que exigiu uma adaptação radical para continuar sua missão. As edições subsequentes de 2020, 2021 e 2022 foram transformadas em eventos digitais e publicações.

A Animal Health Expo+Forum precisou se reinventar devido à pandemia de COVID-19 e à impossibilidade de realizar o evento presencialmente, conforme as autoridades de saúde pública impuseram.

Surgiu então a versão Animal Health Digital Journey, que apoiou como co-parceiro 20 eventos realizados por 8 entidades de classe como CBCV, ABEV, CBCV, CBNUV, ANFIV-ET, ANCLIVEPA-SP e ABRAVET entre 2020, 2021 e 2022, conseguindo alcançar uma audiência altamente qualificada e considerável, proporcionando acesso às lideranças do mercado a todos os nossos expositores da edição 2019. Já em 2022, o evento avançou na criação da publicação especializada em formato de revista digital e impressa, denominada Animal Health Business, focada na área de negócios.

Essa mídia executiva e empresarial traz conteúdo sobre gestão, liderança, melhores práticas e histórias de sucesso de empreendedores do mercado. A versão híbrida da revista, em formato impresso e digital, com suas 142 páginas, até o papel escolhido foi pensado, Adriano não quiz nada menos do que um projeto impresso como a "revista de bordo da latam airlines", a revista se tornou uma fonte fundamental de insights e informações especializadas, solidificando sua posição como um recurso indispensável para o mercado, alcançando mais de 15 mil leitores e presente nas recepções e mesas

de diretoria das principais empresas fornecedoras, incluindo mais de 500 hospitais, clínicas e centros de diagnósticos, impulsionando o evento frente aos tomadores de decisões.

Adriano Souza, fundador do evento, compartilha sua perspectiva: "A jornada Digital da Animal Health Expo+Forum é um testemunho da nossa capacidade de adaptação e resiliência diante das adversidades. Este evento não apenas sobreviveu, mas floresceu em meio ao caos, mostrando que antes do sim, vem a humildade, antes da coragem vem a fé, antes da transformação vem a resiliência, tudo isso com ousadia e mais uma vez, sem interferências burocráticas do mundo corporativo, agindo como uma verdadeira startup, tal como nos intitulamos e sempre iremos nos intitular."

Todo o setor viu, ouviu, disse e sentiu essa experiência. Por este motivo somos respeitados e caminhamos em direção a um futuro mais promissor." salienta Adriano Souza.

Depoimento de Fernando Figueirola, da revista Nosso Clínico: "Adriano e sua equipe se mantiveram firmes, e eu acompanhei de perto o trabalho deles. Não se abalaram. Tenho 26 anos de atuação no mercado, vi grupos gigantes caírem, e eles crescerem. É incrível."

Depoimento de Dr. Andre Lacerda, Médico-veterinário: "Sucesso é a única palavra que poderia resumir essa jornada de fé e gratidão."

Depoimento da Boehringer Ingelheim, Ahmed Alvarez, Pet Unit Director: "Apoiamos desde o início e continuaremos a apoiá-los. Que jornada! Para nós, como parceiro, expositor, patrocinador e agora anunciante, a experiência tem sido incrível. O mercado se fala e só ouço boas referências."

"A transição para o formato digital apoiando eventos parceiros e o lançamento da publicação, permitiu não apenas nossa sobrevivência e meio de subsistência, mas o propósito maior foi ativado, dar acesso e alcance, conectando pessoas, criando efeito cascata de empatia e coincidências de histórias, vimos profissionais e empresas de todo o mundo em um ambiente colaborativo", diz Joelma Souza, Co-fundadora do evento.

Por meio de parcerias estratégicas e uma abordagem empreendedora, a expo não apenas se adaptou às novas circunstâncias, mas também emergiu como uma inspiração de mudanças positivas. Seu compromisso com o mercado evoluiu e continua forte, sua posição como um líder no setor de saúde animal continua mais forte do que nunca.

O legado da Animal Health Expo+Forum foi construído em meio a adversidade, servindo como um exemplo inspirador de como a resiliência, a inovação e a colaboração podem transformar desafios em oportunidades. Segundo Joelma, ao abraçar a mudança e responder com determinação, "o eventore definiu os padrões da indústria e pavimentou o caminho para um futuro ainda mais próspero para a saúde animal em todo o mundo com o potencial demonstrado e com a relevância do evento para o nosso segmento."

PREPARE-SE PARA ANIMAL HEALTH EXPO+FORUM 2023

Evento acontece de 04 a 06 de outubro de 2023, em São Paulo, com foco em animais de companhia



Na última edição, médicos-veterinários, executivos do setor e estudantes visitaram a feira e prestigiaram a programação dos auditórios

EVENTO INTERNACIONAL: CONTINUA SENDO REFERÊNCIA EM NETWORKING, NEGÓCIOS, EDUCAÇÃO TÉCNICO-CIENTÍFICA E EXECUTIVA.

Na edição anterior, realizada de 2 a 4 de outubro de 2019, o evento marcou história. Foram:

- Mais de 5.000 congressistas;
- Cerca de 100 expositores nacionais e internacionais;
- 160 palestrantes de 10 países;
- Mais de 20 entidades de classe apoiadoras, nacionais, regionais e internacionais.

Depois de todo esse sucesso, a próxima edição já está sendo planejada. Mas agora com um novo posicionamento de marca. A partir da Animal Health, nasce a **ANIMAL HEALTH EXPO+FORUM - EVENTO INTERNACIONAL DA SAÚDE ANIMAL**.

"A estratégia para a mudança de marca foi justamente integrar todos os elos da medicina veterinária com foco no segmento de saúde dos animais de companhia – tanto na clínica médica, suas especialidades e na atenção primária, quanto na gestão, operação e direção clínica de centros veterinários (clínicas, hospitais, laboratórios e centros de diagnóstico veterinário), assim como da indústria do segmento. Isso tanto para quem segue carreira técnica, quanto executiva, em áreas como Assuntos

Regulatórios, Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação, Gestão de Produtos, Marketing, Logística, *Supply Chain*, Gestão de Pessoas, Gestão Financeira, Mercado e Análise Setorial, entre outras, que são consideradas importantes para o desenvolvimento do setor", diz Adriano Souza, diretor da ANIMAL HEALTH EXPO+FORUM.

Agora em formato bienal, o evento (que não ocorreu em 2021 por conta da pandemia) passa a ser realizado em todos os anos ímpares, dando foco nos profissionais e universitários quinqüanistas de medicina veterinária. "Para isso, reuniremos alguns dos maiores especialistas do país, além de renomados palestrantes internacionais", afirma Carlos França, diretor de Criação da ANIMAL HEALTH EXPO+FORUM.

CONTEÚDO E PREMIAÇÕES

Dentre as atrações, vale destacar:

- CONGRESSO INTERNACIONAL DE ESPECIALIDADES. Programação altamente qualificada;
- ANIMAL HEALTH EXPO+FORUM AWARDS: Reconhecimento aos profissionais, empresários e executivos de maior destaque no setor, em diferentes categorias;
- ANIMAL HEALTH EXPO+FORUM: Programação com temas ligados a marketing, produto, gestão de pessoas, logística, finanças, perspectivas setoriais e mercado.

"Será um fórum exclusivo a executivos e profissionais técnicos da indústria farmacêutica e de nutrição de animais de companhia, trazendo uma programação exclusiva sobre mercado, gestão e assuntos regulatórios", explica Souza.

ANIMAL HEALTH EXPO+FORUM

A próxima edição da ANIMAL HEALTH EXPO+FORUM acontece, de modo presencial, de 04 a 06 de outubro de 2023, em São Paulo.

"Na próxima edição, a expectativa é contar com mais de 100 marcas expositoras, 2 mil congressistas e 8 mil visitantes, entre médicos-veterinários, empresários, gestores e executivos do segmento, além de residentes e quinqüanistas em medicina veterinária."

"Neste momento estamos na reengenharia do evento, junto com o centro de exposições escolhido para sediá-lo na cidade de São Paulo. Estamos preparando um ambiente de multiexperiências - Fóruns de Gestão em formato arena para 1.200 lugares por dia, 8 auditórios dedicados às especialidades e, claro, uma área de exposição segmentada e multissetorial, mostrando o potencial de soluções que existem para o segmento no Brasil e no mundo", relata Carlos França

SÉRIE DE EVENTOS TEMÁTICOS

"Apesar de todas as mudanças, nosso propósito continua o mesmo: ajudar as comunidades da Saúde Animal a se conectarem, fazerem negócios e ampliarem conhecimento", salienta Souza. Por isso, a ANIMAL HEALTH EXPO+FORUM e a Revista Animal Health Business realizarão uma série de eventos temáticos, construindo uma jornada de conhecimento durante todo o ano de 2023.

Será a ANIMAL HEALTH EXPO+FORUM WARM UP JOURNEY, uma jornada de eventos presenciais e digitais a partir de abril de 2022, "com discussões que irão decifrar os desafios do presente e antecipar cenários futuros".

UM NOVO CONCEITO

A programação reunirá encontros abertos com *speakers* nacionais e internacionais, grandes nomes do mercado brasileiro e sessões exclusivas de imersão para os participantes.

Isso porque, além dos conteúdos técnicos, a programação oferecerá a possibilidade de conhecer, na prática, o que há de mais moderno sobre cada tema em uma área de exposição dedicada, além de rodada de negócios com pré-agendamento.

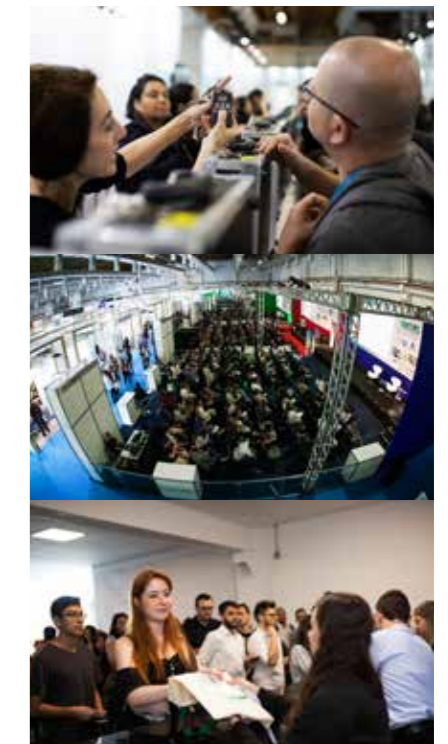
O formato da série de eventos visa incentivar a interação, a conexão e a colaboração entre os participantes e as empresas do setor.

"Os participantes irão sair com ideias práticas em cada área, encontrarão inspiração, respostas para perguntas que ainda nem sabem que têm e vão conhecer pessoas que, de fato, os levarão para um outro patamar. Será uma aquecimento de alto nível para a ANIMAL HEALTH EXPO+FORUM, em 2023", diz Souza.

ANIMAL HEALTH EXPO+FORUM WARM UP JOURNEY

Serão temáticos (presenciais e híbridos), que abordarão temas como:

- # Diagnóstico por Imagem;
- # Diagnóstico Laboratorial e Análises Clínicas;
- # Saúde Nutricional;
- # Práticas Terapêuticas na Infecção;
- # Práticas Integrativas e Complementares;
- # Logística Farmacêutica;
- # Suplementação Veterinária;
- # Saúde Pública;
- # Urgência, Emergência e Terapia Intensiva;
- # Gestão de centros veterinários;
- # Gestão na Indústria;
- # Análise Setorial para Líderes.



#growthminds

COMO EMPRESÁRIOS E EXECUTIVOS DO MERCADO PET E SAÚDE ANIMAL PENSAM, AGEM E TOMAM AS MELHORES DECISÕES?

Nesta série, que chamamos de #Growthminds, o Diretor-Geral da Revista Animal Health Management, Adriano Souza, fará entrevistas com executivos e empresários influentes dos mercados pet e veterinário e da indústria de Saúde e Nutrição Animal, abordando:

- Gestão e Mercado;
- Lançamentos;
- Perspectivas Setoriais;
- Inovação e Tecnologias;
- Sustentabilidade;
- Diversidade e Inclusão;
- Empreendedorismo;
- Transformação Digital etc.

Fique ligado no #Growthmind.

Confira as entrevistas em nossos canais oficiais e nas edições da revista.

Quem participa,
inspira, inova, transforma
e faz o futuro.

Foto: Paulo Barros



AHB | GROWTHMINDS

SE LIGA NA ESTREIA DO GROWTHMINDS!

Você conhece o potencial de franquias nos setores pet e veterinário no Brasil?

Esse é o tema de estreia do #Growthminds. Acompanhe as entrevistas no nosso canal no Youtube, nas redes sociais e na Revista Animal Health World Management.

FISIOTERAPIA VETERINÁRIA

Com o envelhecimento dos pacientes, o Brasil tem um enorme potencial atualmente para clínicas de fisioterapia veterinária. "Mais de 50% dos animais com mais de 6, 7 anos de idade já têm sinal de artrose e que podem estar fazendo fisioterapia", relata o médico-veterinário Ricardo Lopes, pós-graduado em ortopedia e traumatologia.

Ele é CEO da Físio Care, que já conta com 27 centros de reabilitação espalhados pelo país. "Em pouco mais de seis meses em que abrimos nosso projeto de franquias, tivemos mais de 100 interessados."

REDE DE PESHOPS

Após mais de sete anos de operação no Brasil, a Petland, franquia do Grupo Brasil Pet, mantém seu plano de expansão com força total pelo país. Um dos focos do Grupo é qualificar os parceiros que entram na rede. É que a Petland acredita que a gestão pode transformar o varejo pet no Brasil. "Por isso, os franqueados têm à disposição um suporte completo, que inclui treinamentos nas Universidades Físicas e Online e Ferramentas de Gestão", explica Rodrigo Albuquerque, CEO do Grupo Brasil Pet.

CONFIRA MATÉRIAS SOBRE FRANQUIAS NOS SETORES VETERINÁRIO E PET NA PRÓXIMA EDIÇÃO DA REVISTA ANIMAL HEALTH WORLD MANAGEMENT.

CONHEÇA ALGUNS DOS ENTREVISTADOS NESTA ESTREIA:



Ricardo Lopes,
Médico-veterinário pela USP, com pós-graduação em ortopedia e traumatologia. Possui o curso do CCRP pela Universidade do Tennessee e é autor do livro Fisioterapia em Pequenos Animais. É professor universitário, presidente da Associação Nacional de Fisioterapia Veterinária (Anfivet) e CEO e diretor clínico da Físio Care.



Rodrigo Albuquerque,
CEO do Grupo Brasil Pet. Formado em Administração de Empresas pela FAAP, fundou, em 2009, a Brava Investimentos. Ao lado de sócios, trouxe em 2014 a rede norte-americana Petland para o Brasil. Por conta de um plano arrojado de expansão de franquias, hoje o país tem mais lojas Petland do que os EUA.

APOIO:
EVENTO: MÍDIA DOS LÍDERES DA SAÚDE ANIMAL
ANIMAL
HEALTH BUSINESS.COM

#growth
spuiw

LIDERANÇA FEMININA NO SETOR DA SAÚDE ANIMAL

Conheça mulheres que ocupam posições de destaque em diferentes elos da cadeia médico-veterinária

Ao longo das últimas décadas, as mulheres têm conquistado diferentes posições no mercado de trabalho no Brasil. Processo que não tem sido diferente no setor de Nutrição e Saúde Animal. Segundo números de 2018 do Conselho Federal de Medicina Veterinária, atualmente o país conta com 118 mil médicos-veterinários em atividade, dos quais 58,4 mil, ou 49% são mulheres. Até os anos de 1980, elas representavam apenas 20% da categoria no país.

Com o crescimento acelerado da participação feminina no mercado, a tendência é que passem a ser maioria no setor. Nas universidades de medicina veterinária, por exemplo, elas já estão em maior número. A maior representatividade das mulheres no setor também avança em funções de gestão e liderança, embora muitos desafios persistam.

Vamos conhecer, a seguir, algumas profissionais de destaque em Saúde e Nutrição Animal em diferentes áreas. São mulheres de sucesso que inspiram outros profissionais, num setor cada vez mais competitivo e moderno.



FORÇA FEMININA

Capacitação profissional e confiança são decisivas para o sucesso da mulher



“SOMOS MUITO FORTES, DETERMINADAS E COMPROMETIDAS, CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES DE UMA LIDERANÇA”

“As mulheres são muito fortes, identificam os pontos fortes e extraem o melhor de cada um, superando, assim, os resultados esperados de suas equipes”, ressalta a gerente de Produtos Estratégicos Locais de Animais de Companhia da Ceva Saúde Animal, Fernanda Ambrosino.

Com bagagem de 20 anos no setor de Saúde Animal, a profissional afirma que as empresas têm buscado colaboradores com alta dedicação e comprometimento, características muito comuns entre as mulheres. “Ainda precisamos ter mais mulheres em cargos altos das empresas, mas o mercado já

demonstra que está caminhando para isso. Nós contribuimos muito para o crescimento do setor”.

O segredo, segundo Fernanda, é se dedicar aos estudos e ter confiança no seu próprio potencial para superar os desafios diários. “Somos muito fortes, determinadas e comprometidas, características importantes de uma liderança. O importante não desistir quando temos uma barreira ou um obstáculo, e sim traçar estratégias para superá-los.”

Fernanda Ambrosino
Gerente de Produtos Estratégicos Locais de Animais de Companhia da Ceva Saúde Animal

EDUCAÇÃO PARA CRESCER

Conhecimento profissional forma mulheres mais preparadas



“CONSEGUIMOS PROVAR QUE SOMOS TÃO CAPAZES COMO QUALQUER OUTRO PROFISSIONAL”

Com longo currículo de atuação científica, Mary Marcondes dedicou anos à livre docência universitária. “Assim que completei meu tempo para aposentadoria, passei a auxiliar voluntariamente a Associação Mundial de Veterinários de Pequenos Animais (WSAVA).”

Defensora dos cuidados de qualidade aos pets, Mary observa que o mercado nacional oferece grande número de cursos de medicina veterinária, porém criados sem critério de ensino. “Nosso país prioriza a quantidade de cursos e não a qualidade do ensino, e isso é muito triste e temeroso.”

Para ela, a solução é nivelar os profissionais por meio de uma pro-

va, à semelhança do que ocorre na OAB. “Precisamos exigir a educação continuada ao longo de toda a carreira, como em outros países, para que o profissional continue se atualizando depois de formado.”

Já sobre a questão de gênero em cargos na Saúde Animal, Mary acredita que a mulher conseguiu quebrar o tabu de que a profissão era para homens. “Conseguimos provar que somos tão capazes como qualquer outro profissional.”

Mary Marcondes
Membro da Associação Mundial de Veterinários de Pequenos Animais (WSAVA) e professora aposentada de Clínica Médica



BUSCAR E PARTILHAR O CONHECIMENTO É VOCAÇÃO

“Tenho prazer em dar palestras, dividir o que aprendo com meus colegas e explicar bem as doenças aos tutores dos pacientes”

A paixão pela pesquisa e pelo conhecimento sempre moveu, desde a graduação, a médica-veterinária Viviani De Marco. Fez mestrado e doutorado pela Universidade de São Paulo (USP), sempre com foco em Endocrinologia. Mas não parou por aí. Atualmente está mergulhada no pós-doutorado: “agora estou trabalhando com tumores adrenais em cães”, conta. “Sempre tento me aperfeiçoar, buscar inovações, me atualizar, visando trazer o melhor para o nosso paciente”, diz

No entanto, a inquietude que leva Viviani a sempre expandir seus conhecimentos é a mesma que a compromete a compartilhá-los. “Tenho um grande prazer em dar palestras, dividir o que aprendo com meus colegas e explicar bem as doenças aos tutores dos meus pacientes.” Não por acaso lecionou por mais de 19 anos em diferentes instituições, fora as inúmeras palestras que profere em cursos de pós-graduação, semanas acadêmicas, eventos empresariais e na Plataforma Vet Smart.

Viviani é sócia-proprietária da Naya Especialidades - clínica em que é responsável pela especialidade de Endocrinologia Veterinária, onde, também, são oferecidos outros serviços de especialidades, como Neurologia, Cardiologia, Dermatologia, Gastroenterologia, Nutrologia, Nefrologia, Laboratório Clínico, Exames de Imagem, compondo uma equipe multidisciplinar e integrada.

Além disso, participou da criação, recentemente, de um novo projeto: o MV Minds - uma empresa de Educação Continuada e Pesquisa Clínica, ao lado da sua sócia e amiga, a Profa. Dra Márcia Jericó. “É uma oportunidade de promover cursos com profissionais internacionais e nacionais, focados na atualização no que tem de mais novo na veterinária mundial. Também permitirá a profissionalização de algumas pesquisas clínicas em parceria com empresas do segmento veterinário.”

“PROMOVER A SAÚDE E O BEM-ESTAR ANIMAL AO FOMENTAR CONHECIMENTO DE QUALIDADE”

Viviani também é uma liderança setorial. É sócia-fundadora da Associação Brasileira de Endocrinologia Veterinária (ABEV), entidade na qual ocupa o segundo mandato de presidente. “Na associação, também promovemos a educação continuada por meio de cursos, congressos e debates”, conta. Uma de suas pautas na ABEV, atualmente, é a conquista do título de especialista em Endocrinologia.

Com uma agenda tão cheia, aliar o dia a dia do trabalho e dos estudos com momentos de descanso com a família é desafiador. “Sempre trabalhei demais, não sou boa em conciliar”, confessa Viviani, que não raramente se pega atendendo ligações e respondendo mensagens à noite e aos finais de semana.

Apesar da correria, ela tem conseguido dosar cada vez melhor trabalho e família. Ao mesmo tempo em que não abre mão do que é sua vocação: promover a saúde e o bem-estar animal ao fomentar conhecimento de qualidade, independente de onde estiver.

Viviani De Marco
Sócia da Naya Especialidades e da MV Minds,
e presidente da ABEV

Atendimento Clínico Veterinário Especializado, com direção e coordenação de Professores Mestres e Doutores



Profa. Dra. Viviani De Marco, Prof. Mestre Luciano Pereira e Prof. Mestre Wagner Sato

CARDIOLOGIA

CIRURGIA GERAL

DERMATOLOGIA

ENDOCRINOLOGIA

GASTROENTEROLOGIA

NUTROLOGIA

NEFROLOGIA

NEUROLOGIA

Exames Laboratoriais



Exames Laboratoriais • Testes hormonais • Curva Glicêmica

Exames Complementares

Eletrocardiograma • Ecodopplercardiograma • Holter

Pressão Arterial • Ultrassonografia

Citologia guiada por Ultrassom



www.nayaespecialidades.com.br

**Rua Conde de Porto Alegre, 1761
Campo Belo | São Paulo – SP**

Telefone: (11) 3562-0010 | 5093-6456

(11) 93314-1190



“ACREDITO QUE TER SUCESSO É, ANTES DE TUDO, SER FELIZ. E A FELICIDADE SÓ SE CONSTRÓI NA AUTENTICIDADE”

RECIPROCIDADE EM PAUTA

Ambiente profissional plural garante melhores resultados para a empresa

Para a gerente de Marketing da Royal Canin Brasil, Ana Cristina Silva Pinheiro, uma empresa ideal para se trabalhar é aquela que proporciona a inclusão da diversidade. “As mulheres têm potencial para estarem em todos os setores, dividindo espaço com homens e criando, dessa forma, um ambiente mais rico e com melhores resultados às empresas.”

Para ela, é importante que o mercado de trabalho promova a representatividade feminina profissional. “Acredito ser fundamental que as mulheres sigam apoiando umas às outras e incentivando um ambiente de trabalho com pluralidade, onde todos tenham espaço para serem autênticos e se expressarem.”

Por isso, Ana Cristina aconselha as mulheres a exercerem o que desejam receber do outro. “Na carreira e na vida, acredito na lei da reciprocidade. Se você quer ser ouvida, ouça. Se quer ser aceita, aceite os outros. Mesmo que você não receba uma resposta recíproca de todos, você vai encontrar as portas que te levam onde você quer chegar.”

E Ana Cristina também manda um recado importante, tanto no mundo corporativo, quanto na vida: “acredito que ter sucesso é, antes de tudo, ser feliz”.

Ana Cristina Silva Pinheiro
Gerente de Marketing da Royal Canin Brasil



“ACREDITO QUE RESILIÊNCIA E SABER LIDAR COM AMBIGUIDADES SÃO CHAVES PARA QUALQUER PROFISSÃO”

CRESCIMENTO EXPONENCIAL

Petfood segue em constante desenvolvimento em todo o país

“A indústria pet em geral e o mercado petfood fazem parte de um setor econômico em constante crescimento”, explica Natalia Bianchi Lopes, médica-veterinária e gerente de Comunicação e Assuntos Científicos na Royal Canin Brasil.

Esse cenário, segundo ela, se dá por algumas tendências ditadas pelos tutores. “O perfil demográfico, a busca por saúde e bem-estar e a transformação digital nos levam a um entendimento de que o consumidor passa a valorizar, cada vez mais, a qualidade de vida, pautas ambientais e socioeconômicas, customização de produtos e serviços e acesso transparente à informação.”

Sendo uma participante ativa no setor, Natalia acredita que o sucesso profissional vem da conexão entre trabalho e trabalhador. “Vejo a sinergia dos valores – meus e da minha empresa – para a entrega de um trabalho ético, responsável e sustentável”.

Falando sobre competências, “acredito que resiliência e saber lidar com ambiguidades são chaves para qualquer profissão”.

Natalia Bianchi Lopes
Médica-veterinária e gerente de Comunicação e Assuntos Científicos da Royal Canin Brasil

VEM AÍ UM NOVO LANÇAMENTO DA ROYAL CANIN NO TRATO DAS ALERGIAS ALIMENTARES



HYPOALLERGENIC
MODERATE CALORIE

Eficaz na redução de sensibilidades alimentares em cães adultos com tendência ao sobrepeso.

ROYAL CANIN
INCRÍVEL EM CADA DETALHE
SOLUÇÕES NUTRICIONAIS PARA CADA CONDIÇÃO DERMATOLÓGICA

Saiba mais em
PORTALVET
portalvet.royalcanin.com.br
0800 703 55 88



“ACHO QUE UM DOS GRANDES DESAFIOS DAS MULHERES É TER UMA REDE DE APOIO DENTRO DAS PRÓPRIAS EMPRESAS”

REDE DE APOIO

Ambiente acolhedor é essencial para o crescimento profissional da mulher

Segundo Gláucia Gigli, diretora de Vendas e Trade Marketing da Royal Canin Brasil, o mercado pet brasileiro cresce a taxas impressionantes nos últimos anos. “Essa tendência se acentuou nesse momento que estamos vivendo, pois gatos e cães assumiram um papel ainda mais significativo na vida das pessoas e no conforto emocional das famílias em cenário de distanciamento social.”

Nesse contexto, as expectativas de futuro são muito boas para o mercado, pontua Gláucia. “Os tutores de pets passam a dar mais atenção aos cuidados e necessidades específicas de seus animais e buscam produtos e serviços com qualidade.”

Para ela, que ainda há resistência com as mulheres que atingem altos

cargos: “acho que um dos grandes desafios das mulheres é ter uma rede de apoio dentro das próprias empresas, com empatia e ambiente que permita uma flexibilização, para que possamos atingir nosso potencial máximo.”

Nessa jornada, a profissional comemora: “Nós, mulheres, podemos e somos capazes muito mais do que imaginamos. O bom é que não estamos sozinhas nessa caminhada e devemos contar com a inspiração e apoio de outras mulheres, e de homens também.”

Gláucia Gigli
Diretora de Vendas e Trade Marketing da Royal Canin Brasil e Mestre em Ciência Animal



“A PAIXÃO POR ANIMAIS ME GUIOU PARA A MEDICINA VETERINÁRIA, MAS AS EXPERIÊNCIAS ME CONDUZIRAM A UMA PAIXÃO: A ÁREA DE NUTRIÇÃO”

TRABALHO DE CORAÇÃO

Equilíbrio e amor ao trabalho resultam em melhores resultados profissionais

“A paixão por animais me guiou para a medicina veterinária, mas as experiências me conduziram a uma paixão: a área de nutrição”, afirma Carolina Padovani, gerente global de Assuntos Públicos e Regulatórios da Royal Canin Brasil.

Ela iniciou sua trajetória profissional ainda na época da faculdade. “Ingressei em um programa de estágio da Royal Canin e tive a minha primeira experiência no mundo corporativo. A partir de então, após a efetivação, uma jornada de aprendizados e desenvolvimento se iniciou.”

Com onze anos de empresa, a executiva afirma que o segredo do sucesso é se manter atualizada com

as descobertas científicas e tendências comerciais. “Também acredito ser importante, com muita responsabilidade profissional, buscar o equilíbrio, afinal a saúde e o bem-estar de milhões de gatos e cães estão em nossas mãos.”

Além disso, Carolina ressalta a importância de liderar de forma agregadora. “Meu estilo é o de liderança situacional, com preferência para delegar. Desta forma, consigo criar uma relação de confiança com a equipe e estimular o desenvolvimento.”

Carolina Padovani
Gerente global de Assuntos Públicos e Regulatórios da Royal Canin Brasil



“TENHAM DISCIPLINA FOCO E RESPEITO. A RESPOSTA VIRÁ NA MESMA PROPORÇÃO DO SEU EMPENHO”

OLHAR DIFERENCIADO

A luta pelas terapias integrativas na Saúde Animal

Com Doutorado em Genética e Biotecnologia e Mestre em Ciência Animal, Ana Catarina Valle buscou um caminho diferente das práticas ensinadas na faculdade de Medicina Veterinária. “Iniciei minha formação na acupuntura, fiz mestrado em fitoterapia animal e pós-graduação em homeopatia, em que encontrei soluções práticas e seguras para meus pacientes. Com o passar do tempo, fiz doutorado em homeopatia.”

Em 2015, durante sua jornada de aprendizado, Ana conheceu um congresso de Medicina Integrativa na Alemanha e decidiu realizar um evento semelhante no Brasil. “Começamos a realizar simpósios sobre a temática, que cresceram e resultaram na Associação Brasileira

de Medicina Veterinária Integrativa (ABMVI)”, sublinha.

Atualmente como vice-presidente da Associação, Ana observa o crescimento das mulheres na Medicina Veterinária. “Acredito que este fato se deve ao olhar diferenciado que as profissionais têm no setor.” Por isso, a médica-veterinária aconselha às mulheres que desejam seguir no mundo dos negócios: “Tenham em mente onde vocês querem chegar e façam um pouco a cada dia. Tenham foco, disciplina e respeito. A resposta virá na mesma proporção do seu empenho.”

Ana Catarina Valle
Doutora em genética e biotecnologia e mestre em ciência animal



“ACREDITO QUE O MAIOR DESAFIO PARA A MULHER É SER TRATADA COM IGUALDADE EM DETERMINADAS POSIÇÕES PROFISSIONAIS”

DESAFIOS DE GÊNERO

Discriminação é realidade

Atuante na divulgação e crescimento da medicina comportamental, a médica-veterinária Simone Moreira Bergamini foi pioneira nesta área no Brasil, sendo responsável pela criação da primeira Pós-Graduação de Etologia Clínica Veterinária no país. A profissional é presidente da ABMeVeC (Associação Brasileira de Medicina Veterinária Comportamental) e do Cleve (Colégio Latino-Americano de Bem-Estar Animal e Medicina do Comportamento).

Aprofundou seus conhecimentos nessa especialidade nos 10 anos que viveu na Itália. Ela lembra que, quando retornou ao Brasil e dizia que trabalhava com etologia clínica, alguns colegas respondiam: “Eto,

eto, eto coisa? etiologia? Simplesmente não conheciam a palavra, a especialidade e a sua importância para a medicina veterinária”, relata.

“É uma área muito promissora e com crescimento acelerado no Brasil. Estamos falando do estudo das alterações emocionais, cognitivas e comportamentais dos animais, que afetam e são afetadas pelo corpo e também influenciam diretamente o bem-estar dos animais. Não tratamos um rim, um fígado ou um dente. Tratamos um indivíduo, mesmo sendo de outra espécie”,

Simone M. Bergamini
Médica-veterinária e Presidente da ABMeVeC e do Cleve



PAIXÃO PELA SAÚDE ANIMAL

As mulheres conquistam cada vez mais espaço no setor, com competência, sem perder a essência

"Trabalhar com paixão é motivador e traz leveza à rotina." Essa premissa norteia a carreira da médica-veterinária Laura Fleury Tostes.

É exatamente o amor que tem pelo setor de Saúde Animal que impulsiona seu trabalho como gerente de Marketing e Técnico da Unidade de Negócios de Animais de Companhia da Ourofino Saúde Animal – empresa brasileira de capital aberto, com operações também no México e na Colômbia.

Laura gerencia um time em que as mulheres são maioria. E isso é motivo de inspiração e orgulho: "Inúmeras características contribuem para o nosso sucesso profissional. Somos fortes e determinadas, sabemos quem somos e onde queremos chegar. Somos focadas, atentas aos detalhes e temos uma visão ampla e macro do negócio".

Não por acaso que as mulheres conquistam, cada vez mais, maior representatividade na Saúde Animal. "Ganhamos espaço com base em nosso conhecimento e competência, sem perder a nossa essência."

Na Ourofino desde 2013, a executiva destaca que este segmento de Saúde Animal está em evolução. E vários fatores influenciam: a humanização dos pets, que são considerados membros da família; o estilo de vida das pessoas; a evolução e a especialização dentro da Medicina Veterinária, o que aumentou a longevidade dos animais de estimação; dentre outros.

"INÚMERAS CARACTERÍSTICAS CONTRIBUEM PARA O SUCESSO PROFISSIONAL DAS MULHERES. SOMOS FORTES E DETERMINADAS, SABEMOS QUEM SOMOS E ONDE QUEREMOS CHEGAR"

Para Laura, paixão, dedicação, disciplina, entrega e disposição para aprender são características fundamentais para o êxito em qualquer área. Mais ainda quando o propósito corporativo está em sintonia com os valores pessoais.

E na Ourofino Laura sente-se 100% alinhada ao propósito da empresa. "A gente se dedica a 'reimaginar' a Saúde Animal. E, nesse percurso, o protagonismo é muito valorizado, além do desenvolvimento contínuo e da inovação na criação de processos, produtos e serviços."

"Esteja por inteiro, onde você estiver" é o recado de Laura aos profissionais que atuam no setor. Isso vale não apenas para o trabalho, mas também para a rotina em família. "Valorizo e agradeço por todos os momentos que tenho com os meus amados", diz a executiva. Afinal, conectar-se verdadeiramente com nossas paixões é o que dá sabor à vida.

Laura Fleury Tostes

Médica-veterinária e gerente de Marketing e Técnico da Unidade de Animais de Companhia da Ourofino Saúde Animal

Dê um Bris

Bris associa nanotecnologia, fitoesfingosina, polissacarídeos, ômega, extratos vegetais, vitaminas e extratos minerais para promover limpeza suave, hidratação profunda, equilíbrio e integridade da pele de cães e gatos com o melhor da dermocosmética. Com tantos benefícios, dá pra sentir o frescor de novidade que Bris traz aos pets.



ourofino
saúde animal



“PROCURO OUVIR OS MEMBROS DA EQUIPE, DE MODO QUE CONTRIBUAM COM O NEGÓCIO E TENHAM REALIZAÇÃO PROFISSIONAL”

A FELICIDADE FAZ PARTE DA RECEITA DO SUCESSO

Foco no engajamento e no desenvolvimento pessoal do time

“As mulheres possuem diferentes potencialidades e versatilidade para assumir qualquer papel, cargo ou posicionamento que escolherem”, afirma Daniela Baccarin Andrade Matheus, gerente de Produto Pet da MSD Saúde Animal.

Segundo ela, as profissionais têm ocupado, cada vez mais, espaços de liderança no segmento. É com dedicação e clareza nos objetivos que Daniela vem contribuindo com o setor. “Tenho trabalhado em estratégias para as marcas e produtos da linha pet. Uma jornada incrível.”

Médica-veterinária pela Universidade Metodista de São Paulo, Daniela está na MSD Saúde Animal

há cinco anos. Ela tem uma paixão especial: os cavalos. Fez residência médica em equinos no Jockey Club de São Paulo, onde se especializou.

Seu estilo de liderança é focado no engajamento e no desenvolvimento dos integrantes do time. “Procuro ouvir os membros da equipe, de modo que contribuam com o negócio e tenham realização profissional.” Para ela, a busca pela felicidade deve ser uma constante. “Isso deve acontecer de uma maneira leve. Essa é a única forma de atingirmos o sucesso.”

Daniela Baccarin Andrade Matheus
Gerente de Produto Pet da MSD Saúde Animal



“SOMOS CAPAZES DE CHEGAR AO TOPO COM MAESTRIA”

EVOLUÇÃO PROFISSIONAL

Expectativa para o futuro é de mais mulheres inseridas em cargos de liderança

Assim que concluiu a graduação em Medicina Veterinária, a indústria de *petfood* foi uma boa oportunidade para Patricia Kashivagui. E foi amor à primeira vista!

Com dedicação, conquistou seu espaço na área de nutrição animal, segmento em expansão no Brasil. Hoje ocupa o cargo de gerência de Vendas da Adimax, um dos maiores fabricantes de alimentos do ramo no país e que tem como destaque a linha de produtos Fórmula Natural FreshMeat.

Para o ano de 2021, a Adimax tem projeções de grandes lançamentos, “sempre em busca de inovações, incorporação de tecnologia e melhorias nos processos”. Segundo ela, para um profissional ter bons resultados, deve ter flexibilidade e se adaptar

aos diversos estilos de lideranças.

“Mas as mulheres ainda enfrentam o preconceito de gênero. Isso vem de uma cultura machista. Quando uma gestora exerce sua autoridade e é assertiva, os colaboradores enxergam como mandona e rigorosa. Mas quando um líder homem age igual, não é criticado e, sim, admirado e visto com um líder.”

Apesar das dificuldades, Patricia tem expectativas positivas para o futuro. “A igualdade de gênero ganha mais espaço em nossa sociedade. Somos capazes de chegar ao topo com maestria.”

Patricia Kashivagui
Médica-veterinária e gerente de Vendas da Adimax



MELHORAR A VIDA DAS PESSOAS E DOS ANIMAIS

“Inovar de todas as formas para que o cliente tenha uma experiência única e incrível”

A paixão pela área de biológicas atraiu Fernanda Hoe para cursar medicina veterinária. Depois de formada na área pela Unesp/Botucatu, continuou se aprimorando: fez mestrado em Ciências pela University of Wisconsin e MBA pela FGV. Começou a carreira em uma empresa de saúde animal e, desde então, passou por diferentes áreas, como técnica, comercial, pesquisa e desenvolvimento, inovação e marketing.

Assim que ingressou no mercado, sempre buscou desenvolver diferentes conhecimentos, especialmente sobre o mundo corporativo, mergulhando em áreas que não se aprende na faculdade.

Essa bagagem profissional preparou Fernanda para alçar voos ainda mais altos na carreira. Por quase dois anos foi diretora de Marketing da Elanco Saúde Animal para a América Latina e assumiu, recentemente, o cargo de General Manager da companhia.

O segredo do sucesso? “Conhecer o cliente e entender a fundo suas dores para agregar valor e fazer a diferença; e inovar de todas as formas para que o cliente tenha uma experiência única e incrível”, afirma.

No dia a dia, Fernanda procura exercer sua missão profissional a todo momento: nas estratégias de marca, falando com clientes ou trabalhando com a equipe. Mas qual é sua missão? “Procuro melhorar a vida das pessoas e dos animais em tudo que faço”, relata.

“NA ELANCO, TEMOS O OBJETIVO DE CRESCER ACOMPANHANDO O RITMO DE MERCADO E MANTENDO A LIDERANÇA EM SEGMENTOS NOS QUAIS JÁ SOMOS LÍDERES”

Esse olhar integrado para o negócio é crucial em um setor que cresce exponencialmente, tanto no segmento pet como no de animais de produção. “Nós, da Elanco, temos o objetivo de crescer acompanhando esse ritmo de mercado e mantendo a liderança em áreas nas quais já somos líderes”, diz.

Engajada em desenvolver suas habilidades de liderança, ela acredita que as mulheres, de forma geral, são multitarefas. “Para um ambiente cada vez mais dinâmico, essa habilidade da mulher é importante.”

Além disso, segundo ela, o viés maternal ajuda a exercer muito bem o papel de líder: “as pessoas querem ser ouvidas, querem um(a) líder que tenha empatia.”

“Valorizo muito as relações humanas e, por isso, na minha agenda sempre deixo espaço para as conversas com cada pessoa da minha equipe, para além de falar do trabalho em si, abordar também o desenvolvimento de cada um”, acrescenta.

Fernanda Hoe
General Manager da Elanco Saúde Animal



“É PRECISO ESTAR ABERTA A NOVAS OPORTUNIDADES. ISSO TRANSFORMA A CARREIRA E PODE TRAZER RESULTADOS PROFISSIONAIS E PESSOAIS SURPREENDENTES”

SUPERANDO DESAFIOS

Dedicação e foco são ingredientes para o sucesso profissional

Segundo a diretora de Marketing Brasil e Cone-Sul da Elanco Saúde Animal, Rosemary Vidor, o segredo para qualquer profissional de sucesso está no foco, na dedicação, no empreendedorismo e no sentimento de pertencimento à empresa em que se atua.

“É preciso estar aberto a novas oportunidades para transformar a carreira e isso pode trazer resultados profissionais e pessoais surpreendentes.”

No entanto, ela ressalta que a mulher ainda enfrenta grandes desafios no segmento devido ao preconceito de gênero. “Em cargos de liderança ou na extensão rural, por exemplo, ainda temos muita dificuldade. Infelizmente, ainda existem empresas que abrem processo de

seleção para veterinário, informando ser um cargo apenas para homens”, observa a executiva da Elanco.

E Rosemary incentiva as mulheres a não desistirem dos seus objetivos. “Tenham confiança no seu potencial, entenda que não “funcionamos” como os homens e que podemos sempre contribuir com pontos de vista diferentes.”

Ela lembra que, ao se considerar a presença feminina no setor de Nutrição e Saúde Animal nos últimos anos, a realidade mudou muito. Na década de 1980, as mulheres eram em torno de 20% dos profissionais da área. Hoje são cerca de 49% e com tendência de aumento.

Rosemary Vidor
Diretora de Marketing Brasil e Cone-Sul da Elanco Saúde Animal



“ENTENDO QUE SERES HUMANOS SÃO DIFERENTES E QUE A SOMA DAS DIFERENÇAS TRAZ MELHORES RESULTADOS”

ESPELHO FEMININO

Importância de mulheres em cargos de liderança para as novas gerações

“Entendo que seres humanos são diferentes e que a soma das diferenças traz melhores resultados. Mulheres têm mais facilidade para multitarefas, sendo um dos “ingredientes” que adicionamos a esta soma de diferenças”, analisa a gerente de Marketing Monogástricos (aves e suínos) da Elanco Saúde Animal, Deyse Galle.

Ao falar sobre a consolidação da presença feminina no setor, a executiva acredita que profissionalismo e competência independem de gênero. “Garantir este entendimento, da igualdade, é o que permitirá que barreiras ainda existentes sejam transpostas.”

E Deyse aposta no exemplo de mulheres que se destacam no setor como inspiração para aquelas que querem seguir a mesma carreira. “As mulheres pioneiras deixaram importantes legados, abrindo as portas para as gerações vindouras e, assim, sucessivamente.”

Isso é combustível para Deyse no dia a dia. “Gosto do que faço, acordo motivada e disposta a inspirar diariamente minhas filhas, o que torna a transposição dos obstáculos mais rápida e fácil.”

Deyse Galle
Gerente de Marketing Monogástricos da Elanco Saúde Animal



“ACREDITO MUITO NOS RESULTADOS QUE UM TIME COLABORATIVO PODE TRAZER À EMPRESA”

LIDERANÇA ABERTA

Transparência e clareza são fundamentais para o sucesso no comando de um time

Mesmo com a pandemia, segundo Camila Paula Camaliente, gerente Técnica da Elanco Saúde Animal, o setor pet teve uma recuperação rápida graças à continuidade das atividades permitidas pela classificação do segmento como de serviço essencial.

“O índice de adoção de pets aumentou, por estarmos isolados em nossas casas. Também devido a esse cenário, tutores passaram a prestar mais atenção nas necessidades de pets e esse movimento resultou na decolagem do segmento de com-

pras online. Tenho uma expectativa bastante otimista dessa modalidade para o futuro”, afirma a executiva.

Para atender essa nova demanda do Setor, Camila aposta em uma liderança aberta e baseada na clareza e na transparência. “Estou sempre em contato com a equipe e atenta às sugestões e ideias. Acredito muito nos resultados que um time colaborativo pode trazer à empresa.”

Camila Paula Camaliente
Gerente Técnica da Elanco Saúde Animal



“TEMOS QUE SUPERAR PRECONCEITOS REFLETIDOS EM PIADAS GROSSEIRAS, ALÉM DE DIFERENÇAS SALARIAIS AINDA RELATADAS NO SETOR”

BARREIRAS DE GÊNERO

Preconceito contra mulher persiste no setor da Saúde Animal

“O número de mulheres que ingressam nas faculdades de medicina veterinária tem aumentado há algum tempo, e, conseqüentemente, esse aumento tem se refletido também na nossa presença no segmento”, afirma Débora Andrade, gerente de Assuntos Regulatórios da Elanco Saúde Animal.

No entanto, Débora ressalta que ainda há muitos desafios que elas precisam vencer no setor. “Temos que superar de preconceitos refletidos em piadas grosseiras, além de diferenças salariais ainda relatadas.”

O cargo de Débora na Elanco é responsável pela manutenção das licenças dos produtos já registrados para que não haja desabastecimento do mercado por questões regu-

latórias, além de buscar caminhos para garantir e acelerar o registro de produtos novos e inovadores no Brasil.

Por isso, a executiva aconselha as mulheres a terem paciência e tolerância para lidar com o preconceito. “Quando olho para as conquistas das gerações anteriores, vejo que temos uma velocidade de crescimento muito maior agora. Espero que isso motive todas as mulheres a seguirem nessa busca por mais espaço com muita dedicação e profissionalismo.”

Débora Andrade
Gerente de Assuntos Regulatórios da Elanco Saúde Animal



“AS MULHERES, COM SUAS CARACTERÍSTICAS DE LIDERANÇA, CRIATIVIDADE E RESILIÊNCIA, TÊM OCUPADO MAIS ESPAÇO A CADA DIA”

DINAMISMO E FLEXIBILIDADE

Setor da Nutrição Animal se apresenta em constante mudança

Formada em Administração, com MBA em Finanças e com certificação em GRC, Danielle Gillis, diretora de Planejamento e Assuntos Estratégicos da Vaccinar, está no segmento de nutrição animal há mais de dez anos, tendo passado anteriormente por empresas de diversos setores.

“A visão multidisciplinar e analítica e a experiência anterior em segmentos distintos são a base para que eu possa desenvolver um trabalho diferenciado e que efetivamente agregue valor à companhia. Além disso, o dinamismo e a flexibilidade são

características essenciais para seguir em cenários onde as mudanças são constantes.”

Danielle observa, de uma forma geral, um forte predomínio masculino no agronegócio. “Apesar dos homens ainda serem maioria, nos últimos anos isso vem mudando e as mulheres, com suas características de liderança, criatividade e resiliência, têm ocupado mais e mais espaço.”

Danielle Gillis
Diretora de Planejamento e Assuntos Estratégicos da Vaccinar - Nutrição Animal.



“O PRECONCEITO É ALGO QUE AINDA EXISTE, MAS ENXERGO A MULHER COMO UMA GUERREIRA COM HABILIDADES PARA LIDAR COM ISSO EM SEU DIA A DIA”

FAZENDO A DIFERENÇA NO SETOR

Comprometimento com o resultado fortalece a mulher na profissão

“O agronegócio é um segmento com uma grande relevância para a economia brasileira e isso é motivo de muito orgulho para todos que trabalham nele”, aponta a Diretora Administrativa-financeira da Vaccinar - Nutrição Animal, Fátima Araújo.

Hoje atuando como diretora Administrativa-financeira no setor, ela está realizada profissionalmente. “Neste trabalho, tive a oportunidade de implantar processos e sistemas importantes que ajudaram a empresa a ter controles e informações auditadas, o que lhe possibilitou dar passos maiores e mais rápidos para o seu crescimento no mercado.”

Como líder de uma equipe, Fátima acredita que, apesar dos desafios de gênero impostos no segmento, as profissionais têm mudado esse cenário. “O preconceito é algo que ainda existe, mas enxergo a mulher como uma guerreira com habilidades para lidar com isso em seu dia a dia.

“Segundo ela, as profissionais têm a capacidade de atuar em diferentes frentes, sem perder o foco e a qualidade de suas entregas. “Seu comprometimento com o resultado é algo que lhe fortalece e a diferencia no ambiente profissional.”

Fátima Araújo
Diretora Administrativa-financeira da Vaccinar - Nutrição Animal.



“SABER O QUE FAZER É IMPORTANTE, MAS SABER COMO FAZER SE TORNA AINDA MAIS RELEVANTE”

O CAMINHO DA REALIZAÇÃO

Transformar teoria em prática é fundamental para o sucesso no trabalho

Depois de mais de 20 anos trabalhando nos setores de varejo, atacado, telefonia e educação, Carla Tavares, gerente de marketing da Vaccinar, iniciou uma nova trajetória em sua vida. “Há três anos atuo no setor de nutrição animal e essa tem sido uma experiência muito gratificante.”

Ocupando um cargo de liderança, a profissional demonstra que o segredo para o sucesso no segmento é ter em mente o resultado das atividades. “Tenha sempre a preocupação de desenvolver ações que gerem resultados para a empresa, que estejam alinhadas com seus objetivos estratégicos e

busque sempre engajar a equipe, direcionando-a para a realização das entregas.”

Carla afirma que o poder de realização da mulher, sua capacidade de conciliar papéis nos âmbitos profissional e pessoal e sua sensibilidade para conduzir e engajar pessoas são fatores fundamentais para o seu sucesso. “Além disso, saber o que fazer é importante, mas saber como fazer se torna ainda mais relevante para que a teoria se transforme em prática, em resultados.”

Carla Tavares
Gerente de Marketing da Vaccinar - Nutrição Animal



“PRECISAMOS IDENTIFICAR E FORMAR EQUIPES COM PROFISSIONAIS QUE TENHAM VALORES E OBJETIVOS SEMELHANTES AOS DA EMPRESA”

FORÇA EM EQUIPE

Colaboradores engajados: fundamental para os resultados positivos da empresa

Para a gerente de filial da Vaccinar Nutrição Animal - Unidade Produtiva de Pinhais (PR), Keli Kabke, a nutrição animal, assim como todo o agronegócio brasileiro, é uma atividade próspera no país.

“Produzimos a melhor proteína do mundo e a nutrição animal tem um papel fundamental neste mercado.” Para se atingir a alta qualidade dos produtos oferecidos, é possível contar com a rastreabilidade e precisão dos processos produtivos, aliada à nova visão que a indústria 4.0 está trazendo.

Atuando há mais de quinze anos em cargos de gestão, Keli acredita que os segredos para o sucesso em qualquer área de atuação sejam

“visão, conhecimento e muita dedicação”.

“Precisamos identificar e formar times com profissionais que tenham valores e objetivos semelhantes aos da empresa; e que tenham a convicção de que o sucesso é uma consequência do trabalho com afinco.”

Nesse contexto corporativo, as mulheres têm muito a contribuir para qualquer equipe, principalmente porque têm características importantes, como “a resiliência, a proatividade e a busca pela excelência, inclusive nos pequenos detalhes”.

Keli Kabke
Gerente de filial da Vaccinar Nutrição Animal - Unidade Produtiva de Pinhais (PR)



“PROCURO LEVAR CONHECIMENTO TÉCNICO E INOVAÇÃO, ESTIMULANDO A RECICLAGEM ACADÊMICA”

A MISSÃO DE SALVAR VIDAS

Banco de sangue pet é tendência para o mercado no futuro

Com anos de atuação no mercado Pet, Simone Gonçalves Rodrigues Gomes sentiu a necessidade de se aprofundar no mundo de serviços de banco de sangue para animais. “O que me trouxe para este segmento foi a vontade de fazer a diferença na vida dos clínicos que atendiam pacientes em emergência e urgência.”

Após um longo período de estudos sobre a área, Simone, ao lado do marido, idealizou o Hemovet, hemocentro e banco de sangue veterinário. “Desde então, estamos seguindo com a nossa missão, salvando vidas ao longo destes 16 anos.”

Sua expectativa para o futuro é positiva. “Acredito que o merca-

do será marcado pela constante expansão, uma vez que as necessidades transfusionais de cães e gatos vêm aumentando conforme se eleva a casuística de doenças hematológicas nestas espécies.”

Simone afirma que sua tarefa é sempre motivar a equipe. “Procuro levar conhecimento técnico e inovação, estimulando a reciclagem acadêmica, e sempre com humildade e respeito, ajudando o time a superar os seus obstáculos.”

Simone Gonçalves Rodrigues Gomes
Diretora do Hemovet Petcare



“ENSINAR AOS ESTUDANTES DE VETERINÁRIA MAIS DO QUE CONHECIMENTOS CIENTÍFICOS E TÉCNICOS, MAS TAMBÉM A POSTURA ÉTICA AO LIDAR COM OS ANIMAIS”

BASE EDUCACIONAL

Conhecimento é fundamental para o sucesso no setor veterinário

Com um longo currículo voltado para educação veterinária, Mitika K. Hagiwara dedicou sua vida à carreira acadêmica. Foi bióloga no Departamento de Análises Clínicas da Faculdade de Ciências Farmacêuticas, e docente em Clínica Médica de Pequenos Animais e em Semiologia da Faculdade de Medicina Veterinária da Universidade de São Paulo.

“Em 2002, me aposentei, mas permaneci ainda por mais quinze anos como pesquisadora e orientadora de mestrado e doutorado em Clínica Médica.”

Mitika continuou contribuindo, e muito, com o setor. Preocupada com as denúncias éticas, atua agora como Conselheira do Conselho

de Medicina Veterinária – Regional de São Paulo. “Estou debruçada nos processos éticos e analisando as causas que levam tutores a denunciarem o médico-veterinário ou o estabelecimento veterinário.”

Em sua trajetória, seus esforços foram dedicados a “ensinar aos estudantes de veterinária mais do que conhecimentos científicos e técnicos, mas também a postura ética com os animais e seus responsáveis. Esses foram os eixos da minha vida profissional.”

Mitika K. Hagiwara
Docente aposentada pela Universidade de São Paulo e conselheira do CRMV-SP



A ALIANÇA DA PESQUISA DE EXCELÊNCIA COM O DIAGNÓSTICO LABORATORIAL

O poder dos ensaios hormonais como ferramenta transformadora

Graduada em Medicina Veterinária pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), Priscila Viau Furtado fez Mestrado e Doutorado na área de Reprodução Animal pela Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia na USP. Antes de terminar seu doutorado, passou no concurso na mesma instituição e iniciou sua carreira profissional como especialista em processos analíticos. Além dessa formação, quis o destino que se apaixonasse pela área de endocrinologia veterinária.

Como pesquisadora, desenvolveu e contribuiu em diversos projetos científicos, até que, em 2007, recebeu o convite de um Centro de Diagnóstico de referência nacional (Provet) para um novo desafio na sua carreira: implantar um laboratório de exames hormonais aplicados na rotina da clínica médica. “Esta é uma importante ferramenta para o diagnóstico das principais endocrinopatias que acometem cães e gatos.”

Priscila é sócia-fundadora da Associação Brasileira de Endocrinologia Veterinária (ABEV) e, em 2018, fundou sua própria empresa, a Pesquisas Hormonais. No ano seguinte, lançou sua marca registrada de produtos Hormone Lovers, exclusivos para esse segmento.

Segundo ela, a empresa nasceu de um sonho pessoal em compartilhar com o mercado veterinário sua experiência adquirida em 21 anos de atuação no setor público e privado, na área de pesquisa e diagnóstico nos vastos processos de desequilíbrio hormonal.

“A EVOLUÇÃO DA ENDOCRINOLOGIA OCORREU PARALELAMENTE AO DESENVOLVIMENTO E ÀS VALIDAÇÕES DAS MENSURAÇÕES HORMONAIS”

“O propósito da empresa é auxiliar os pesquisadores clínicos a desvendarem os eventos hormonais em sua plenitude, para que, juntos, possamos promover a qualidade de vida e longevidade dos bem-estar dos animais, por intermédio da inovação das ferramentas de diagnóstico laboratorial associadas ao conhecimento científico.”

Qual foi seu segredo para o sucesso? “Meu segredo foi fundamentado nas minhas publicações, na participação em congressos científicos nacionais e internacionais, nas oportunidades que eu tive e também nas que eu criei, meu networking, o pioneirismo e as inovações.”

Essa trajetória lhe deu autoridade em seu segmento. Mas agora que é empreendedora, acrescenta outros fatores que são fundamentais: “agir com ética, transparência e acolhimento com as colaboradoras da empresa, na condução das parcerias com os nossos clientes, e com as marcas que apoiam as nossas ações e os eventos que promovemos”.

Priscila Viau Furtado
Médica-veterinária, membro da ABEV e CEO fundadora da empresa Pesquisas Hormonais e da marca *Hormone Lovers*



“NÃO É FÁCIL TRILHAR UMA CARREIRA SÓLIDA, MAS NUNCA ESPEREM QUE A EMPRESA FAÇA ISSO POR VOCÊ. QUEM FAZ A CARREIRA SOMOS NÓS”

CUIDADO COM A EQUIPE

Colaboradores fazem a diferença no sucesso profissional

A diretora Técnica do Grupo Petz e do Centro Veterinário Seres, Valéria Correa, possui anos de atuação no setor de Saúde Animal. A profissional dedicou parte de sua carreira à área acadêmica, ministrando aula e coordenando cursos de Medicina Veterinária em universidades particulares.

“Em 2004, conheci o mercado veterinário fora das universidades e tive a grata surpresa de encontrar a empresa em que atuo hoje e na qual sou apaixonada pelo projeto: a Petz.”

Ocupando um cargo de alta responsabilidade, Valéria acredita em uma liderança servidora, baseada no cuidado e na atenção a cada colaborador. “A maioria dos integrantes

da minha equipe está há mais cinco anos comigo. São pessoas resilientes e adaptáveis, e essas características ajudam muito a enfrentar as dificuldades do nosso rápido crescimento”, observa.

Para ela, o segredo do sucesso está na capacidade de perseverança, na resiliência, na adaptação de um profissional. “Não é fácil trilhar uma carreira sólida, mas nunca esperem que a empresa faça isso por você. Quem faz a carreira somos nós.”

Valéria Correa
Diretora Técnica do Grupo Petz e do Centro Veterinário Seres



“QUANDO TRABALHAMOS COM ÉTICA E PROFISSIONALISMO, NATURALMENTE CONQUISTAMOS SUCESSO NA NOSSA ÁREA DE ATUAÇÃO”

FUTURO PROMISSOR

Mercado competitivo resulta em serviços de qualidade cada vez maior

A área de cirurgia de pequenos animais vem ganhando grande destaque na Medicina Veterinária. Um fator que tem contribuído para isso é a expansão da internet, que contribui muito para esse avanço, pois a facilidade de acesso a informação faz com que os tutores fiquem mais exigentes, tornando o mercado mais competitivo.

“E as expectativas para o futuro da cirurgia veterinária são as melhores possíveis. O mercado disputado nos força a oferecer serviços de melhor qualidade. Com isso, nos tornamos mais exigentes em relação a materiais, instrumentais cirúrgicos, e formação profissional”, analisa a médica-veterinária Jussara Peters Scheffer, presidente do Colégio Brasileiro de Cirurgia Veterinária (CBCV)

e conselheira do Conselho Regional de Medicina Veterinária do Estado do Rio de Janeiro.

“Quando trabalhamos com ética e profissionalismo, naturalmente conquistamos sucesso na nossa área de atuação”, observa Jussara, que é sócia-proprietária de uma empresa especializada em cirurgia veterinária de pequenos animais, a Complex Surgeries. Ela conta que, desde o início da carreira, passou por alguns episódios de preconceito de gênero. “Mas superei, mostrando que tinha habilidade suficiente para exercer minha profissão”, pontua.

Jussara Peters Scheffer
Presidente do Colégio Brasileiro de Cirurgia Veterinária (CBCV), conselheira do CRMV-RJ e sócia da Complex Surgeries



“A LONGEVIDADE DOS ANIMAIS, O SEDENTARISMO E AS DIETAS ALTAMENTE CALÓRICAS FORMAM UMA COMBINAÇÃO ADEQUADA PARA A AMPLIFICAÇÃO DAS ENDOCRINOPATIAS”

ATENÇÃO AO METABOLISMO ANIMAL

Endocrinologia Clínica Veterinária segue em expansão por todo o país

Para a sócia-fundadora e membro da Comissão Científica da Associação Brasileira de Endocrinologia Veterinária (ABEV), Márcia Marques Jericó, a área de Endocrinologia Clínica de Pequenos Animais no Brasil está extremamente desenvolvida, principalmente no que tange ao raciocínio clínico, conhecimento e à capacidade de diagnóstico.

“Temos excelentes profissionais na área, em vários estados brasileiros, cursos de extensão e aperfeiçoamento, bem como a existência da ABEV, que contribui muito com os especialistas e apaixonados da área, promovendo congressos, simpósios e ciclos de palestras.”

Para o futuro, Márcia prevê um crescimento de demanda no segmento, já que as doenças endócrinas e metabólicas têm, no modo de vida moderno, ocidentalizado - condição ideal para o seu surgimento e desenvolvimento.

“A longevidade dos animais, a exposição a disruptores endócrinos ambientais, o sedentarismo e as dietas altamente calóricas formam uma combinação adequada para esta amplificação das endocrinopatias.”

Márcia Marques Jericó
Sócia-fundadora e membro da Comissão Científica da Associação Brasileira de Endocrinologia Veterinária (ABEV) e sócia-proprietária do CVAL (Consultórios Veterinários do Alto da Lapa)



“PREFIRO PENSAR QUE TODOS NÓS SEMPRE TEMOS ALGO A OFERECER”

LIDERANÇA HORIZONTALIZADA

Gestão baseada na união proporciona uma equipe engajada ao objetivo final

Ocupando o cargo de gerente de Produtos da Linha de Pequenos Animais da Virbac, Viridiana Amado não acredita que haja um único segredo para o sucesso no segmento de Saúde Animal. “Creio que o caminho necessário seja desenvolver, aplicar e aprimorar habilidades diversas.”

Para ela, a área pet é um segmento em plena expansão e que oferece muito espaço para desbravar. “Tenho a sorte de poder ser parte de uma empresa que preza muito pelo relacionamento. Talvez, entre as diversas habilidades necessárias nesse segmento, o relacionamento seja uma das principais.”

Viridiana aposta no estilo de liderança horizontalizado, sem o uso

de hierarquia em demasia. “Prefiro pensar que todos nós sempre temos algo a oferecer, sempre podemos ensinar e aprender, independente do cargo que ocupamos temporariamente.”

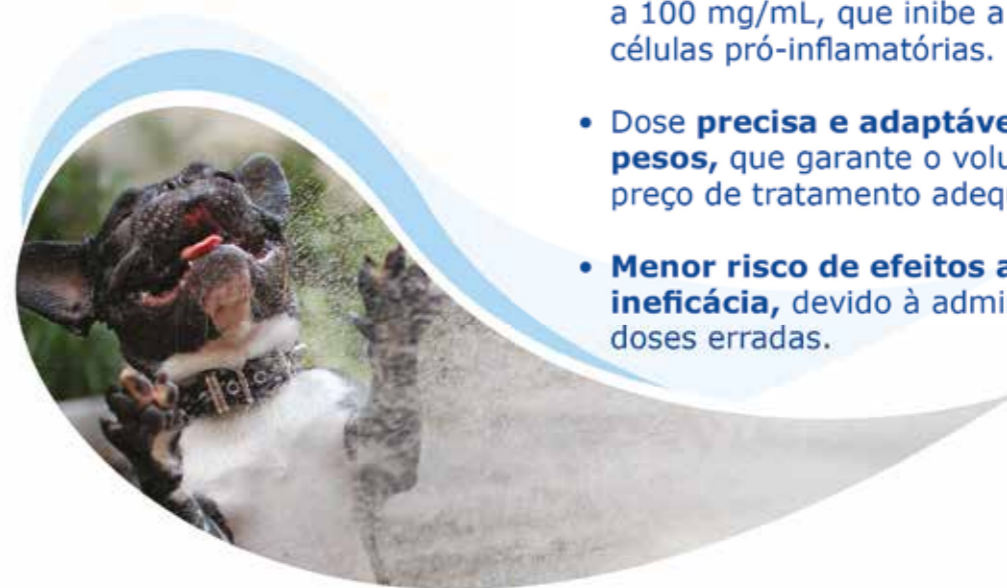
Por isso, a gerente busca dividir com seu time todas as iniciativas a serem executadas. “Pensamos juntos e estabelecemos um ambiente profissional em que todos podem sugerir. Acredito que, dessa maneira, todos permanecem engajados no mesmo objetivo e se sentem parte daquele propósito.”

Viridiana Amado
Gerente de Produtos da Linha de Pequenos Animais da Virbac

Cyclavance®
Felicidade líquida!

A ciclosporina
como você nunca viu!

EFICÁCIA, SEGURANÇA, ECONOMIA, PRECISÃO, CONFIANÇA.



- Cyclavance® é uma solução de ciclosporina a 100 mg/mL, que inibe a ação das células pró-inflamatórias.
- Dose **precisa e adaptável a diferentes pesos**, que garante o volume certo e um preço de tratamento adequado.
- **Menor risco de efeitos adversos ou ineficácia**, devido à administração de doses erradas.



Seja um agente na **melhoria da qualidade de vida** de cães atópicos e seus tutores, com **Cyclavance®!**



“ENXERGO INFINITAS POSSIBILIDADES DE CRESCIMENTO E DESENVOLVIMENTO DA ÁREA DE SAÚDE ANIMAL NO PAÍS E NO MUNDO”

DESAPRENDER E REAPRENDER

Aprendizagem constante faz parte da evolução profissional

“Enxergo infinitas possibilidades de crescimento e desenvolvimento da área de Saúde Animal no país e no mundo”, afirma a diretora de Negócios Pet da Biovet, Carol Galli. “Os pets são cada vez mais presentes nas nossas vidas e, nesta fase de pandemia, eles se tornaram ainda mais próximos, contribuindo positivamente com a saúde emocional de muitas pessoas.”

Para a diretora, a expectativa para o futuro é que tenhamos ainda mais gatos e cães minis nas áreas mais urbanizadas, devido aos pequenos espaços e à facilidade de cuidados.

“Teremos uma população pet mais idosa em maior número, graças aos cuidados, prevenções, soluções nutricionais e medicamentosas disponíveis no mercado!”

Destaque na liderança do segmento, Carol afirma que não há segredo para o sucesso profissional. “Existe transparência, trabalho focado e em equipe, escuta ativa, humildade, resiliência, mente e coração abertos para desaprender e reaprender”, salienta.

Carol Galli
Diretora de Negócios Pet da Biovet Vaxxinova



“NOVAS PLATAFORMAS PRODUTIVAS REDUZEM O DESPERDÍCIO, E AUMENTAM A EFICÁCIA E A SEGURANÇA DOS PRODUTOS”

NA BUSCA PELA INOVAÇÃO

Transformar novas ideias em produtos relevantes

Pesquisa e desenvolvimento fazem parte do DNA do setor da Saúde Animal, o que tem possibilitado ao segmento oferecer produtos cada vez mais inovadores. Uma companhia que enxerga a área de P&D como estratégica é a Biovet Vaxxinova. Os investimentos da empresa nesse sentido permitem a conexão e o intercâmbio entre os seus diversos sites espalhados pelo mundo, na busca da inovação.

“Unir os valores locais à atuação local, essa é a nossa marca”, diz a médica-veterinária Sandra Barioni Toma, diretora de P&D e Assuntos Regulatórios Latam da Biovet Vaxxinova. “A empresa foca em desenvolver novas soluções, em especial as biológicas. Prevenção pelo uso

de vacinas e redução de químicos e antimicrobianos são nossa estratégia global. Assim, novas plataformas produtivas reduzem o desperdício, e aumentam a eficácia e a segurança dos produtos.”

Com especialização em Biotecnologia da Reprodução, MBA em Economia e Gestão do Agronegócio e Mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação, Sandra dedica-se à missão de transformar novas ideias em produtos que sejam relevantes ao mercado. “Que façam a diferença na produção animal e na saúde dos animais de companhia.”

Sandra Barioni Toma
Médica-veterinária e diretora de P&D e Assuntos Regulatórios Latam da Biovet Vaxxinova



“ENTENDO QUE TER ÊXITO NA CARREIRA ESTÁ MAIS RELACIONADO EM SER APAIXONADA POR AQUILO QUE SE FAZ”

SUCESSO COLETIVO

Incentivar equipe é saída para sucesso de metas profissionais

Com uma sólida experiência na indústria farmacêutica, Alessandra Barion Belleza, diretora Comercial & Marketing América do Sul da Dechra Pharmaceuticals, atua há mais de 20 anos no mercado nacional e internacional. Apesar do longo currículo profissional, ela não acredita ter um segredo de sucesso no segmento.

“Entendo que ter êxito na carreira está mais relacionado com ser apaixonado por aquilo que faz, com dedicação e respeito às pessoas e à diversidade, e baseando-se no olhar de aprendizado contínuo e no espírito de equipe.”

Além disso, a executiva ressalta a importância de se ter colaboradores

capacitados para alcançar seus objetivos. “Procuro liderar de maneira democrática, buscando as melhores soluções para o grupo e em prol da maioria.”

Para isso, Alessandra aposta em uma gestão baseada no incentivo de seus liderados. “Quero sempre promover um ambiente positivo, saudável, respeitoso e desafiador, motivando minha equipe a superar desafios, a ser inovadora e a buscar, todos os dias, o sucesso profissional atrelado ao equilíbrio pessoal.”

Alessandra Barion Belleza
Diretora Comercial & Marketing América do Sul da Dechra Pharmaceuticals



“ACREDITEM EM VOCÊS COMO MULHERES E INVISTAM NA EDUCAÇÃO PARA A TRANSFORMAÇÃO”

DEDICAÇÃO E ORGANIZAÇÃO

Mulheres lidam com multitarefas e se destacam no setor de Saúde Animal

“Jogo de cintura para conciliar diversas atividades ao mesmo tempo e muita dedicação, organização e capacitação técnica”. Essas são as características que Marilene Nuss Rangel, gerente de Assuntos Regulatórios da Dechra Brasil, acredita que permitem às mulheres se destacarem no mercado de Saúde Animal.

Para a executiva, as profissionais são capazes de lidar com as mais variadas demandas requeridas. “Nós conseguimos conduzir diversas atividades ao mesmo tempo, lidar com conflitos, saber quando recuar para dar passos maiores, dedicação, responsabilidade e resiliência.”

No entanto, ela visualiza ainda diversos desafios que as mulheres enfrentam diariamente no mercado. “É necessária uma mudança de *mindset* na sociedade. Por exemplo, em todas as empresas em que trabalhei, os cargos de liderança são ocupados por homens.”

Apesar dos desafios, Marilene incentiva as trabalhadoras a não desistirem de suas metas. “Acreditem em vocês como mulheres e invistam na educação para a transformação. Não deixem o frio na barriga impedir vocês de seguir em frente.”

Marilene Nuss Rangel
Gerente de Assuntos Regulatórios da Dechra Brasil



“ESTUDEM E LEIAM PARA ESTAREM SEMPRE ATUALIZADAS, NÃO SOMENTE NA SUA COMPETÊNCIA, MAS NO QUE ACONTECE NO MUNDO”

ESTRATÉGIAS DE CRESCIMENTO

Plano de metas é fundamental para o sucesso dos objetivos profissionais

Movida pela paixão por animais e pelo anseio em promover melhor atendimento aos pets, a médica-veterinária Carla Berl deu início, em 1991, ao Hospital Veterinário PetCare. De lá para cá, a gestora tem apostado diariamente na execução de uma liderança baseada em metas.

“Acredito no modelo de gestão em que se cria estratégias de crescimento interno nos negócios, trazendo novas oportunidades, e gerando um grupo interno para que, cada dia mais, seja eficiente e competente nas suas devidas funções.”

Referência em empreendedorismo, a gestora revela desafios e vantagens da mulher no mundo corporativo. “Sou uma profissional mulher

que fundou uma empresa na qual ainda tem papel estratégico relevante. O maior desafio é conciliar a estrutura familiar com o trabalho. A condução depende de como traçamos nossas metas, mas as mulheres são muito ambivalentes.” sublinha a diretora do Hospital Veterinário PetCare.

Por isso, Carla ressalta a importância do planejamento da carreira. “Nunca esqueçam de cuidar do corpo e da mente. Estudem e leiam, para estarem sempre atualizadas, não somente na sua competência, mas no que acontece no mundo.”

Carla Berl
Médica-veterinária e diretora do Hospital Veterinário PetCare



“MULHERES, MUITAS VEZES, TÊM PERFIL MULTITAREFAS, SÃO DETALHISTAS, PENSAM E AGEM RAPIDAMENTE”

VERSATILIDADE FEMININA

A sensibilidade é um diferencial na gestão de pessoas

“As pesquisas e conhecimentos na área de nutrição de cães e gatos aumentaram muito no Brasil e no mundo nos últimos anos e continuam a crescer”, afirma a gestora da equipe de Pesquisa e Desenvolvimento de Produtos da PremieRpet®, Juliana Toloi Jeremias.

Para ela, este cenário se dá pelo crescimento do mercado de *petfood* no país. “Uma boa nutrição é reconhecida como parte fundamental para a longevidade dos pets, o que reflete no aumento do interesse dos tutores de cães e gatos por alimentos de alta qualidade.”

Juliana observa o aumento de mulheres gestoras em quase todas

as áreas da medicina veterinária. “Acredito que parte disso possa ser atribuída à forte representação feminina nas universidades de veterinária e zootecnia nos últimos anos.”

Além disso, a profissional crê que essa representatividade feminina no setor também ocorre por características inerentes às mulheres, que são, cada vez mais, reconhecidas no mercado de trabalho. “O perfil multitarefas, detalhista e de pensar e agir rapidamente. Para completar, a sensibilidade é também um diferencial na gestão de pessoas.”

Juliana Toloi Jeremias
Gestora de Pesquisa e Desenvolvimento de Produtos na PremieRpet®



“A LUTA DAS MULHERES PELOS CARGOS ESTRATÉGICOS NÃO É DE HOJE”

LIDERANÇA SEM DISTINÇÃO

Humanização faz parte de uma liderança eficiente

“A luta das mulheres pelos cargos estratégicos não é de hoje”, afirma a diretora Técnica e Estratégica em Cold Chain do Grupo Polar, Liana Montemor.

Para a profissional, o setor da Saúde Animal ainda possui barreiras de gênero. Por isso, ela acredita no conceito de liderança andrógena, sem distinção entre homens e mulheres.”

“Creio que o reconhecimento das características femininas como papel fundamental para a performance da equipe e a obtenção de resultados, por meio da empatia e humanização nas relações, têm contribuído para o maior destaque das mulheres nestas posições”, afirma a diretora

Técnica e Estratégica em *Cold Chain* do Grupo Polar.

Para colocar em prática o papel do líder andrógeno, Liana afirma que é preciso reconhecer que cordialidade, sensibilidade e foco em relacionamento e desenvolvimento pessoal são características das mulheres gestoras.

“Essas qualidades estão longe de serem prejudiciais para a performance da equipe. Muito pelo contrário, assumir tais características na liderança promove uma gestão positiva da equipe!”

Liana Montemor
Diretora Técnica e Estratégica em *Cold Chain* do Grupo Polar



“VIVEMOS UM AMBIENTE DE NEGÓCIOS CADA VEZ MAIS VOLÁTIL E AMBÍGUO”

MENTE FORTALECIDA

Constante aprendizagem permite maior sucesso na liderança

No cargo de diretora da Área de Pets da Boehringer Ingelheim, Tatiana Zambon acredita que o sucesso na Saúde Animal está ligado à chamada “mentalidade de crescimento” (*growth mindset*), baseada no aprender, desaprender e reaprender constantemente.

“Vivemos um ambiente de negócios cada vez mais volátil e ambíguo e entendo que os bons líderes precisam cultivar essa mentalidade e flexibilidade na maneira de pensar.”

Na direção do departamento, ela aposta em uma liderança mais situacional, com adaptação às características de cada membro do time e do momento e maturidade de cada negócio.

“Em momentos de grandes demandas por entrega, foco operacional e necessidade de tomada de decisão, posso ser mais diretiva; ao passo que em momentos que exijam maior criatividade e flexibilidade do time, posso fazer mais *coaching*, dando maior autonomia.”

Para isso, conta com uma equipe altamente qualificada, multidisciplinar e heterogênea. “São eles que me dão todo o suporte e condições ideais, para desenvolvermos juntos a área, de acordo com as necessidades do mercado brasileiro e global.”

Tatiana Zambon
Diretora da Área de Pets da Boehringer Ingelheim



AGORA É QUE SÃO ELAS

Liderança feminina resulta positivamente no crescimento empresarial, principalmente pela capacidade empática das mulheres

A trajetória profissional de Vera de Godoy Ribeiro está intimamente ligada ao setor de Saúde Animal. Educadora física por formação, a profissional sempre atuou ao lado do seu marido, o médico-veterinário João Carlos Ribeiro, na criação de cavalos. "Iniciamos no mundo dos negócios com criação de cavalos da "Raça Brasileiro de Hipismo". No dia a dia, detectamos uma carência: medicamentos e suplementos destinados aos cavalos, compatíveis com as necessidades e características do mercado interno", explica a executiva.

Em 1994, nascia a Vetnil, fundada e presidida por João Carlos Ribeiro até 2007, quando o veterinário faleceu, vítima de um acidente aéreo. "Foram dias difíceis, quando tive que assumir o comando da empresa com os meus filhos e a ajuda de uma diretoria executiva."

Desde então, Vera tem presidido com excelência a Vetnil. A empresa ascendeu no mercado, aliando a entrega de produtos de qualidade aos parceiros, com a valorização do capital humano.

"NA MINHA OPINIÃO, A MULHER PODE OCUPAR O ESPAÇO QUE ELA QUISER, SEJA DE LIDERANÇA OU NÃO"

ELAS FAZEM A DIFERENÇA

Estando à frente de um dos principais laboratórios de medicamentos e suplementos para animais do país, Vera defende que a mulher pode ocupar o espaço que ela quiser. "Acredito que os papéis das pessoas na sociedade serão determinados pelas suas funções e capacidades e não pelo seu gênero. Já avançamos bastante, mas o caminho é longo e depende do esforço de todos nós, em contribuirmos para diminuir as injustiças e criar um mundo melhor."

Para a executiva, as lideranças femininas possuem características que auxiliam em uma gestão positiva, principalmente pela capacidade empática das mulheres de se preocuparem com o ser humano e não somente com os negócios.

Vera incentiva as profissionais a não desistirem de suas metas e a estarem abertas a aprender. "Nós, mulheres, precisamos assumir nossa vulnerabilidade e ter a coragem para compreender que somos imperfeitas. Entendo que o melhor caminho é praticar a coragem de se posicionar e buscar o que for melhor, com perseverança e determinação."

Vera de Godoy Ribeiro
Presidente da Vetnil

INCLUSÃO PELO ESPORTE TRANSFORMA VIDAS

@cadRP
@cadcorinthians

cad clube amigos dos deficientes

Fundada em 2004, o **CAD** tem o objetivo de proporcionar o desenvolvimento da pessoa com deficiência na sociedade por meio do esporte adaptado, além de trazer mais saúde e bem-estar. Você pode contribuir com este trabalho através da doação da Nota Fiscal Paulista!



Conheça a história do CAD!

www.cadriopreto.com.br

Parceira:

VETNIL



“BUSCO COMO FONTE DE INSPIRAÇÃO LÍDERES COM O ESTILO DE GESTÃO EM EQUIPE”

FOCO NO TRABALHO EM CONJUNTO

Um líder deve ser considerado um facilitador de ideias da equipe

De acordo com Karoline Alves Rodrigues, gerente de Desenvolvimento de Novos Produtos da Vetril, o sucesso profissional de um indivíduo é reflexo de um conjunto de fatores da vida do ser humano.

“Primeiro é buscar a constante atualização. Em seguida, é preciso ter como fonte de inspiração líderes com o estilo de gestão em equipe, em que ele é apenas um facilitador e que considera as ideias e opinião de todos, focando no trabalho em conjunto.”

Outro fator, segundo Karoline, é ter pessoas inspiradoras ao seu redor. “Uma equipe com pessoas competentes, engajadas e compro-

metidas é o que torna o ambiente de trabalho motivador e facilita ampliar a visão de negócio.”

Por último, ela ressalta a “importância de saber enfrentar os desafios com resiliência e utilizar os obstáculos como forma de aprendizado e crescimento.”

Por isso, ela aconselha: “Acredite nos seus sonhos e na força de suas ideias. Lute pelo que acredita que sempre haverá um caminho e um aprendizado, mesmo que em momentos de dificuldade.”

Karoline Alves Rodrigues
Gerente de Desenvolvimento de Novos Produtos da Vetril



“VEJO A NECESSIDADE DE SE OPORTUNIZAR CARGOS DE LIDERANÇA ÀS MULHERES”

OPORTUNIDADE A TODOS

Mulheres e homens devem receber as mesmas chances profissionais

Para a vice-presidente da Associação de Médicos Veterinários de Jundiá e região (Amvejur), Maria Cristina Santos Reiter Timponi, a sensibilidade feminina é um fator diferencial na atuação da médica-veterinária. “Nós observamos o carinho e a dedicação que as mulheres têm nas atividades com os pets.”

No entanto, esse mercado ainda custa a ver essas características. “Sinto a necessidade de se oportunizar cargos de liderança às mulheres, que desempenham bravamente seu papel e são eficientes e comprometidas.”

A médica-veterinária espera que todas as profissionais da área possam realizar os seus proje-

tos, se destacando cada vez mais na medicina veterinária e estando em posições de liderança. “Desejo que elas possam proporcionar um trabalho de excelência, comprovando cada vez mais que a mulher pode estar à frente em qualquer atividade.”

Como um exemplo de liderança no segmento, ela aconselha as mulheres a persistirem em suas metas. “Meu recado para todas é que nunca desistam dos seus sonhos e de suas carreiras, busquem a excelência no desempenho da função e o sucesso virá realmente por acréscimo.”

Maria Cristina Santos Reiter Timponi
Vice-presidente da Associação de Médicos Veterinários de Jundiá e região (Amvejur)



“OS DESAFIOS A SEREM VENCIDOS PELAS MULHERES, EM GERAL, NÃO SÃO DIFERENTES DAQUELES QUE PRECISAM SER SUPERADOS NO DIA A DIA”

PAIXÃO DE CRIANÇA

Liderança transparente é saída para o sucesso em equipe

A medicina veterinária sempre foi uma paixão e uma escolha que Gabriela Silva Rodrigues fez ainda quando era criança. “Meu avô possuía um sítio onde eu passava férias. Por conta desta influência, nunca pensei em outra profissão que não fosse veterinária.”

Porém, foi na radiologia animal que a profissional se encontrou. “Em 2013, me associei a dois ex-alunos do curso de pós-graduação na área, o Paulo Frazão e o Eduardo Ayres, para fundar o que seria o início da Imagem.vet, empresa pioneira no Brasil em telerradiologia veterinária.”

Após anos no mercado, Gabriela relaciona o seu sucesso na empresa à sua liderança transparente. “Bus-

co manter uma relação aberta com a equipe. Nas tomadas de decisão costumamos considerar a opinião geral do grupo. Com isso, mantemos a união do time, com colaboração.”

No entanto, por ser uma mulher exercendo um cargo de gestão, a executiva afirma que vivenciou muitos obstáculos. “Os desafios a serem vencidos pelas mulheres, em geral, não são diferentes daqueles que precisam ser superados no dia a dia.” Por isso, Gabriela compartilha algumas dicas: “Tenha foco! Ame o que faz! Do contrário, não há sentido em fazê-lo.”

Gabriela Silva Rodrigues
Médica-veterinária radiologista e sócia-fundadora da Imagem.vet



“TENHO A ABSOLUTA CERTEZA DE QUE O AMOR PELOS ANIMAIS É FUNDAMENTAL PARA SE TRABALHAR NESTA ÁREA. ACREDITO QUE SEJA A BASE DE TUDO”

OBJETIVO TRAÇADO

Metas definidas auxiliam no crescimento profissional

A trajetória no mundo pet da executiva de Vendas da BD, Leticia Corazza, começou ainda na faculdade, quando sentia que precisava trabalhar em algo que fosse mais dinâmico. “O meu interesse foi pela área comercial. A partir daí mergulhei em alguns cursos de Marketing e Vendas e me encontrei no segmento pet, no qual estou desde 2010.”

Desde 2019 na BD, a executiva afirma que não existe uma receita para o sucesso nesse setor. “Tenho a absoluta certeza de que o amor pelos animais é fundamental para se trabalhar nessa área. Acredito que seja a base de tudo.”

Para ela, é fundamental ter seus objetivos traçados. “É preciso ter em mente qual o seu propósito de vida, o que te faz acordar de manhã, levantar da cama etc. Saiba onde você quer chegar, estabeleça metas e passe a persegui-las sem cessar. Nunca deixe de estudar e esteja sempre aberto a conhecer novas pessoas.”

Para aquelas que pretendem seguir carreira no mercado de Saúde Animal, Leticia aconselha: “Não desistam dos seus sonhos, tenham um objetivo e sigam-no até o final. Estudem muito, façam bons contatos, sejam éticas e confiem em vocês.”

Leticia Corazza
Executiva de Vendas da BD



“[NA PANDEMIA] CONSEGUIMOS MANTER NOSSOS SERVIÇOS COM QUALIDADE, E APRIMORAMOS NOSSAS ATIVIDADES POR MEIO DA TECNOLOGIA”

MOTIVAÇÃO EM EQUIPE

Trabalho coletivo reforça resultados positivos

Para a fundadora do Núcleo Diagnóstico Veterinário, Sandra Maria de Oliveira, nos últimos anos, o segmento de diagnóstico por imagem no mundo animal cresceu em grande escala. “Acredito que esse fato aconteça, principalmente, graças ao aprimoramento tecnológico recente, somado às novas possibilidades de trabalho a distância via internet.”

Além disso, ela crê na mudança de perfil dos tutores de animais como propulsor do segmento. “A presença cada vez maior de animais de estimação na vida das pessoas demanda maior exigência do trabalho clínico veterinário e de todos os serviços de apoio - incluindo o diagnóstico por imagem.”

Sandra ressalta que, apesar da pandemia do novo coronavírus, foi possível manter a empresa funcionando. “Conseguimos manter nossos serviços com qualidade, e aprimoramos nossas atividades por meio da tecnologia.”

O segredo, segundo ela, foi liderar por meio da motivação em equipe. “Acredito que, por estar mais presente na nossa rotina e atenta às necessidades individuais e do grupo, conseguimos minimizar as dificuldades e aumentar a produtividade, obtendo, assim, maior índice de satisfação da equipe.”

Sandra Maria de Oliveira
Médica-veterinária e sócia-proprietária do Núcleo Diagnóstico Veterinário



“A SOCIEDADE AINDA ENXERGA A MULHER COMO UM INDIVÍDUO MAIS FRACO”

LIBERDADE E DIÁLOGO

Homens e mulheres agregam igualmente à medicina veterinária

Em 1996, a médica-veterinária Cláudia Domingos Schaeffter dava o pontapé no mundo dos negócios. O Núcleo Diagnóstico Veterinário nasceu de sua vontade de prestar um serviço com alta qualidade técnica para a Saúde Animal. “Ainda não existiam muitos centros de diagnóstico e poucos eram os hospitais universitários em São Paulo.”

A aposta deu certo e hoje Cláudia, junto com os sócios Sandra Maria de Oliveira e Conrado Gabriel, está à frente da empresa, liderando uma equipe de mais de 40 pessoas. Para ela, o segredo é gerir com base no diálogo e no respeito. “Trabalho de portas abertas. Todos podem entrar e conversar.”

Cláudia acredita que essa liberdade também deveria ser aplicada quando o tema é gênero no setor. “A sociedade ainda vê a mulher como um indivíduo mais fraco. Independente do gênero, as pessoas são diferentes entre si. Muitas mulheres veterinárias são guerreiras, competentes e têm contribuído para o engrandecimento da profissão, assim como muitos homens”, conclui a médica-veterinária e empresária.

Cláudia Domingos Schaeffter
Médica-veterinária e sócia-proprietária do Núcleo Diagnóstico Veterinário



“COM O APOIO DA FAMÍLIA E DA EMPRESA, PODEMOS SER MÃES E PROFISSIONAIS ATIVAS E ALTAMENTE COMPETENTES EM AMBOS OS PAPÉIS”

ELAS SÃO MULTITAREFAS

Capacidade de coordenar diversas tarefas diferencia as mulheres no trabalho

“Acredito que as mulheres têm uma sensibilidade natural necessária para uma liderança inclusiva, empática, que gera times altamente engajados”. Essas são as palavras de Marcela Tocchet, gerente de Produtos da Zoetis, ao falar sobre mulheres na gestão. “Nós somos multitarefas, já que, historicamente, cuidamos de nossas casas, da família, e de nós mesmas.”

Para Marcela, essa característica auxilia positivamente na vida profissional das mulheres. “Essa capacidade de ser multitarefa é fundamental no nosso mercado, que é tão dinâmico”, destaca a gerente de Produtos da Zoetis.

No entanto, ela lembra que as mulheres ainda precisam enfrentar os desafios de coordenar a vida profissional e pessoal ao mesmo tempo. “Alguns países possuem alternativas para isso, e o Brasil ainda está bem atrás. Medidas de incentivo ao equilíbrio gerariam um mercado ainda mais inclusivo.”

Por isso, ela ressalta a importância da base familiar no sucesso profissional das mulheres. “Com o apoio da família e da empresa, podemos sim ser mães e profissionais ativas e altamente competentes em ambos os papéis.”

Marcela Tocchet
Gerente de Produtos da Zoetis



“AINDA NÃO VEMOS UM GRANDE NÚMERO DE MULHERES PRETAS TRABALHANDO NO SETOR”

EQUIDADE ENTRE RAÇAS

Superar o racismo estrutural é um desafio

Débora Paulino, a Debee, nunca pensou em fazer outra coisa na vida que não fosse medicina veterinária. Mas uma área, em especial, chamou a sua atenção: a medicina felina. Por isso, decidiu aprofundar seus conhecimentos. Fez pós-graduação em Clínica Médica de Felinos e obteve posteriormente, pela ISFM, o *Advanced Certificate Feline Behaviour*.

Em seu consultório, atende gatos numa abordagem clínica-comportamental. Debee utiliza o manejo *catfriendly*, que visa um atendimento amigável, de baixo estresse e emocionalmente benéfico para o paciente. “Mentora do grupo de estudos em felinos da Faculdade Anclivepa, ela é docente em cursos de pós-graduação, além de membro da

Afrovet, coletivo de médicos-veterinários pretos.”

Débora lembra que a medicina veterinária se destaca por contar com a atuação de um grande número de mulheres, principalmente em clínica de pequenos. Mas observa um desafio: “ainda não vemos muitas mulheres pretas trabalhando no setor”. “Quando falamos em diversidade e inclusão na profissão, temos que refletir esse panorama, buscando uma nova posição diante de uma estrutura racista da sociedade e maior equidade entre as raças”, diz.

Débora Paulino
Pós-graduada em Clínica Médica de Felinos, especialista em manejo *catfriendly* e docente de pós-graduação da Famesp e da Anclivepa



“PARA TER SUCESSO EM QUALQUER PROFISSÃO É PRECISO GOSTAR DO QUE SE FAZ”

EQUILÍBRIO CONSTANTE

Vida pessoal e profissional estabelecidas são chave para o sucesso na carreira

Em 2014, Wandréa de Souza Mendes aceitou o desafio de sair da área técnica e do setor *petfood* para tornar-se gerente de Produtos da Avert Saúde Animal. “Eu tinha a certeza de que era o começo de uma história de sucesso e eu queria fazer parte da construção dela. Hoje, após sete anos estamos colhendo frutos que plantamos, e continuamos semeando.”

Ocupando atualmente o cargo de gerente Técnica Veterinária, Wandréa afirma que o segredo do sucesso é manter equilíbrio entre rotina profissional e vida pessoal. “Precisamos sempre buscar a estabilidade nestes dois pilares, mas há momentos em que as coisas se desequilibram. E isso é normal, pois

somos humanos. A balança vai sempre oscilar, o importante é ter uma base sólida e não deixar cair”, pontua a executiva da Avert.

Além disso, ela ressalta a importância do sentimento de realização profissional. “Para ter sucesso em qualquer profissão é preciso gostar do que se faz.”

Ela considera importante para o profissional a dedicação e a atualização constantes. “O setor veterinário está em um ritmo acelerado de crescimento e evolução. São muitas novidades a cada dia e precisamos acompanhar.”

Wandréa de Souza Mendes
Gerente Técnica Veterinária da Avert Saúde Animal



“TRAÇAR OBJETIVOS PARA TER CLAREZA NO CAMINHO”

CLAREZA DOS OBJETIVOS TRAÇADOS

É mais fácil buscar a realização profissional quando se sabe onde quer chegar

Priscila Brabec, gerente de Produtos da Avert (Divisão Veterinária da farmacêutica Biolab), afirma que o sucesso na carreira somente ocorre com a interação entre vida profissional e pessoal do indivíduo.

“Se eu não estiver em estabilidade com esses dois principais pilares que regem a minha vida, fica muito difícil seguir. Só nós temos o controle da nossa vida, então só cabe a nós compreendermos o que nos faz melhor nesse constante equilíbrio.”

Além disso, Priscila ressalta que é preciso se dedicar diariamente na busca por informações da área em que o profissional atua. “Acredi-

to que o primeiro passo é saber em qual setor se quer trabalhar e se aprimorar nele. O estudo contínuo é importantíssimo, ainda mais em um mundo tão dinâmico e em constante mudança.”

Por fim, a gerente destaca a importância de se ter um foco na vida profissional. “Eu acredito muito que devemos sempre traçar objetivos na vida e, claro, buscarmos a realização desses objetivos. Quando temos claramente os objetivos que queremos alcançar, fica mais fácil buscá-los.”

Priscila Brabec
Gerente de Produtos na Avert (Divisão Veterinária da Biolab)



“NÃO RENUNCIE AO QUE É IMPORTANTE PARA VOCÊ POR NENHUM SONHO EMPRESTADO”

PEÇAS QUE SE ENCAIXAM

Sucesso profissional é relativo para cada indivíduo

Simone Mormello, gerente de Gestão e Projetos na BRF Ingredients, destaca que as mulheres estão, aos poucos, conquistando mais espaço em cargos maiores e trazendo diversidade para as empresas. Isso porque têm demonstrado grande capacidade de transformação, competência e liderança.

Nesse cenário, a gerente ressalta a necessidade de desmistificar a liderança feminina. “Na verdade, esse tipo de gestão tem relação com todos da equipe, fazendo o resultado acontecer.”

Por isso, Simone aconselha as mulheres a não se exigirem tanto como a sociedade pede. “Não renuncie ao que é importante para você por nenhum sonho emprestado. Siga seu caminho que, mais cedo ou mais tarde, as peças se encaixam e seu sucesso virá. Tenha em mente que somente você sabe o que é sucesso para você. Para mim, sucesso é ter paz no coração.”

Simone Mormello
Gerente de Gestão e Projetos da BRF Ingredients



“UMA VIDA PROFISSIONAL BEM-SUCEDIDA É PAUTADA EM UMA VIDA FAMILIAR DE SUCESSO”

DEDICAÇÃO AO OFÍCIO

Fidelidade aos princípios faz a diferença na carreira profissional

2016 foi o ano que marcou a entrada de Maria Joana Basso Dias na BRF Ingredients. Atuando no segmento de qualidade, segurança alimentar e atendimento aos diversos clientes, a executiva recebeu o convite para atuar como gerente Integração *Ingredients* da companhia.

“O que me trouxe a este segmento foi a vontade de participar de uma área nova, repleta de inovações e com desafios de atender clientes B2B, além de habilitar plantas neste novo mercado.”

Maria Joana relata que a empresa tem trabalhado com novos produtos e de alto valor agregado, sempre pensando em Qualidade e Sustentabilidade. “Nossa área tem um grande potencial, pois nossa

missão está relacionada ao aproveitamento de animais de uma forma inovadora.”

Segundo ela, “o futuro é muito promissor para a BRF e para as pessoas, pois com agregação de valor nos produtos e processos, conseguiremos dar um passo importante de mudança no cenário atual.”

O segredo do sucesso é a dedicação da profissional ao ofício, na sua visão. “Sejam vocês mesmas, trabalhem com amor e nunca esqueçam que uma vida profissional bem-sucedida é pautada em uma vida familiar de sucesso.”

Maria Joana Basso Dias
Gerente Integração *Ingredients* da BRF Ingredients



“CADA UM CONHECE O TAMANHO DO SEU ESFORÇO”

SUPERANDO BARREIRAS

Preconceito de gênero impõe desafios às mulheres

“Trabalhar com o foco de que toda vida importa e que somente respeitando todas as nossas relações é que estaremos em equilíbrio”. Este é o segredo para o sucesso profissional de Gabriela Dal Vesco, gerente de Marketing e Inovação na BRF Ingredients. Na companhia, sua missão é, em sintonia com a agenda estratégica, materializar o *pipeline* de inovação e encontrar novas oportunidades de rentabilidade.

A executiva afirma que é preciso muito esforço e cautela na busca por metas profissionais. “Cada um conhece o tamanho do seu esforço, de onde partiu e o que deixou pra trás para poder subir cada degrau.”

No entanto, Gabriela reconhece que as mulheres possuem desafios devido ao preconceito de gênero. “Há ainda muitos obstáculos a enfrentarmos. Existem muitas frentes dentro do setor de Nutrição Animal que têm predominância masculina.”

Por isso, ela aconselha: “Sejamos firmes no propósito de trilhar o caminho de nossas ambições e sonhos. Que não seja a formação acadêmica, um eventual gestor, seu próprio time, ou até mesmo sua família a tirar a sua autoconfiança e determinação.”

Gabriela Dal Vesco
Gerente de Marketing e Inovação da BRF Ingredients



“PENSO QUE, EM QUALQUER SEGMENTO E EM QUALQUER COISA QUE SE FAÇA, O SEGREDO É AMAR O QUE VOCÊ FAZ, É TER PAIXÃO”

AMOR AO OFÍCIO

Paixão e propósito fazem a diferença no sucesso profissional

Analisando o mercado de Saúde Animal no país, a gerente de Produtos - Unidade de Negócios Animais de Companhia da Vansil, Fabiana Costa de Almeida, possui expectativas muito positivas. “O setor vem demonstrando um significativo crescimento nos últimos anos.” Segundo ela, o fato se deve a algumas situações geradas pela própria sociedade. “Primeiro observamos o grande desenvolvimento do comércio digital impulsionado pela pandemia; soma-se a isso uma visão mais humanizada das empresas, com uma atenção especial ao consumidor final, e por fim, a maior geração de conteúdo, com informações corretas e com qualidade.”

Na Vansil, a maior missão de Fabiana é desenvolver pessoas. “Penso

ser importante ouvir, extrair o melhor de cada um e auxiliar no seu desenvolvimento. Isso me encanta e tenho obtido excelentes resultados”, afirma a gerente de produtos.

Na sua visão, o sucesso da gestão está no sentimento que se aplica ao trabalho. “Em qualquer segmento e em qualquer coisa que se faça, o segredo é amar o que está fazendo, é ter paixão.” Fabiana aconselha a não desistir dos objetivos: “todo ser humano é capaz, mantenha o equilíbrio e seus valores, desenvolva suas habilidades, se dedique e nunca pare de aprender”.

Fabiana Costa de Almeida
Gerente de Produtos - Unidade de Negócios Animais de Companhia da Vansil Saúde Animal



“ALGUNS FATORES SÃO CRUCIAIS PARA O SUCESSO DO PROFISSIONAL NO SETOR: VERSATILIDADE, FLEXIBILIDADE E SABER LIDAR COM A AMBIGUIDADE”

BALANÇO ENTRE PROFISSIONAL E PESSOAL

A importância das políticas de igualdade e inclusão

O crescimento do segmento pet e a paixão por animais de estimação atraíram Heloisa Antoniassi a fazer parte do time da Mars Pet Nutrition. Ocupa atualmente a posição de gerente de Operações de Manufatura de uma fábrica de *petfood* em Mogi Mirim (SP).

Heloisa reconhece que a rotina é intensa e de muita responsabilidade: “minha maior missão é manter a segurança de nossas operações e produzir com eficiência produtos de alta qualidade aos nossos clientes”, diz. Mas vale a pena! A cultura da Mars faz com que o ambiente

seja leve, refletindo também em um bom balanço entre vida profissional e pessoal.

Para ela, o destaque cada vez maior que as mulheres têm no setor é fruto das políticas de diversidade e inclusão que empresas têm implementado ao longo dos últimos anos. Porém, independente de homem ou mulher, alguns fatores são cruciais para o sucesso do profissional no setor: versatilidade, flexibilidade e saber lidar com a ambiguidade.

Heloisa Antoniassi
Gerente de Operações de Manufatura da Mars Pet Nutrition



“A MULHER TEM UMA GRANDE VANTAGEM COMPETITIVA: O FEELING, O QUE FAZ DE NÓS MAIS PERSPICAZES QUE OS HOMENS, EM GERAL”

POR UM MUNDO MELHOR PARA OS PETS

Na busca por atender as “dores” do consumidor e suas expectativas

“O segmento pet é um mundo de oportunidades”, afirma Roberta Reigota, Senior Regional Marketing Manager da Mars Pet Nutrition. Para ela, a categoria de Pet Nutrition é complexa e cativante: “o que mais me engaja aqui é o propósito de fazer um mundo melhor para os pets, para que eles possam fazer do mundo um lugar melhor para as pessoas.”

Na Mars desde 2012, Roberta já trabalhou com diversas marcas e posições em marketing, sendo hoje responsável, ao lado de sua equipe, por desenvolver a estratégia do canal especializado na América Latina.

Qual é o segredo para o sucesso na área? Conhecer bem o consumidor e suas dores, seus anseios, suas expectativas e buscar atendê-los.

“O lema é aprender, aprender e aprender, e aplicar o aprendizado em ações para estar sempre à frente nas inovações”, diz. Nessa jornada, segundo ela, a mulher tem uma grande vantagem competitiva: “o nosso *feeling*, o que faz de nós mais perspicazes que os homens, em geral”.

Roberta Reigota
Senior Regional Marketing Manager da Mars Pet Nutrition



“OS PETS SE TORNAM, CADA VEZ MAIS, PARTE DA FAMÍLIA E IMAGINO QUE A CONSCIENTIZAÇÃO POR UMA ALIMENTAÇÃO DE QUALIDADE CONTINUARÁ A CRESCER”

PARA AS MULHERES, NADA É IMPOSSÍVEL!

Acreditar no próprio potencial faz parte da ascensão no setor. “Não tenham

O mercado brasileiro é único no setor de Saúde Animal. Os lares com pets aumentam, mas ainda há uma baixa penetração de alimentos completos e balanceados. “Os pets se tornam cada vez mais parte da família. Por isso, imagino que a conscientização por uma alimentação de qualidade continuará a crescer”, analisa Ana Carolina Marques, gerente de SRM da Mars Pet Nutrition.

O fato de ser um segmento tão promissor e a oportunidade de poder contribuir com a sociedade para o seu desenvolvimento é o que encanta Ana Carolina.

Na posição que ocupa, o maior desafio é ser facilitadora de tomadas de decisão para seu time, garantin-

do que as ações tragam o resultado esperado aos clientes e à empresa. “Procuro ter uma liderança aberta com meu time, dando liberdade de expressão a todos e compartilhando a visão estratégica.”

Para as profissionais que querem atuar em Saúde Animal, ou em qualquer outra atividade, ela manda o recado: “Mulheres... nada é impossível! Acreditar em si mesma e em seu potencial e, às vezes, se arriscar, faz parte dessa ascensão. Não tenham medo e não se conformem com atitudes que te chateiem”.

Ana Carolina Marques
Gerente de SRM da Mars Pet Nutrition

EXPECTATIVAS PARA O FUTURO

Segmento pet seguirá em crescimento e exigirá maior excelência dos profissionais

Para a gerente de Produtos da UCBVET, Karina Kowalesky, apesar do Brasil se encontrar em um cenário econômico bastante desafiador devido à pandemia do novo coronavírus, o segmento pet foi um dos menos afetados economicamente.

“Nossa área foi considerada serviço essencial, então as clínicas e *petshops* continuaram com as portas abertas.”

Para ela, a expectativa é positiva para o futuro do segmento. “O mercado pet ainda tem muito para crescer e se desenvolver, e está cada vez mais se especializando. Nossos clientes são exigentes, por

isso temos que entregar o nosso melhor sempre.”

Ainda analisando o mercado, Karina observa outra tendência: a presença das mulheres em cargos de gestão em crescimento, principalmente quando relacionado ao segmento pet.

“Estamos cada vez mais engajadas para contribuir para funções que antes eram exercidas por homens. Resultado do nosso trabalho, que faz com que as pessoas acreditem ainda mais em nós.”

Karina Kowalesky
Gerente de Produtos da UCBVET



“NOSSOS CLIENTES SÃO BASTANTE EXIGENTES, POR ISSO TEMOS QUE ENTREGAR O NOSSO MELHOR SEMPRE”

Better
CITIES
for pets™
A MARS PETCARE PROGRAM

Os pets fazem parte da nossa família e merecem todo nosso amor e atenção. É por isso que na Mars trabalhamos para construir UM MUNDO MELHOR PARA OS PETS, onde eles sejam felizes, saudáveis e se sintam bem-vindos em todos os lugares.

MARS
Petcare



“UMA MULHER INTELIGENTE NÃO PODE DEIXAR DE SER FEMININA PARA SE MANTER BEM CONSIGO MESMA”

ELEGÂNCIA E FEMINILIDADE

Amar como você é ajuda na autoconfiança

Ter conhecimento técnico sempre atualizado é crucial para trazer informação fundamentada para os veterinários, consumidores, vendedores e todos dentro do segmento de nutrição animal, pontua Sandra Nogueira, gerente de Assuntos Veterinários para América Latina na Hill's Pet Nutrition.

“Lidamos com a saúde dos pets e isso é uma responsabilidade enorme. Tenho a obrigação de saber o que há de mais atual na nutrição clínica”, diz a executiva, que é formada em medicina veterinária pela Unesp de Jaboticabal, onde fez residência e mestrado em nutrição clínica de cães e gatos.

No cargo que ocupa na Hill's, Sandra colabora com o desenvolvimento pessoal e profissional da

equipe. “Ao liderar o time, procuro integrar cada membro ao grupo”, diz a executiva.

Ao falar sobre características inerentes à mulher, ela cita a resiliência e a perseverança, além da elegância e da feminilidade. “Ser mulher exige uma dose de elegância para estabelecer limites e sair de situações delicadas. E feminilidade porque, sabendo que o mundo está cada vez mais rude e polarizado, uma mulher inteligente não pode deixar de ser feminina para se manter bem consigo mesma. Se amar e amar a forma como você é ajuda diretamente na sua autoconfiança.”

Sandra Nogueira
Médica-veterinária e gerente de Assuntos Veterinários para América Latina da Hill's Pet Nutrition



“A NUTRIÇÃO ESTÁ SENDO MAIS RECONHECIDA PELOS PROFISSIONAIS E INSTITUIÇÕES DE ENSINO”

APOSTA NO MERCADO DE NUTRIÇÃO ANIMAL

Mercado brasileiro em foco

Quando se pensa em saúde de pets, a nutrição animal é uma área que ganha relevância. “Está sendo mais reconhecida pelos profissionais e instituições de ensino, com a inclusão de matérias que abordam mais a temática”, afirma a médica-veterinária Brana Bonder, supervisora de Assuntos Veterinários da Hill's Pet Nutrition.

Para chegar à indústria de *pet-food*, Brana se especializou. “Conheci mais esta área ainda na Unesp de Jaboticabal. Tive a certeza de que queria seguir no ramo de nutrição de cães e gatos”, relata. Depois fez residência e mestrado, além de um *externship* nos EUA, na área de nutrição clínica.

A empresa na qual Brana é executiva atualmente, a Hill's Pet Nutrition, está apostando muito no mercado brasileiro. “Tanto que o time técnico de formuladores dos alimentos Hill's, com sede em Topeka-Kansas (EUA), criou um alimento exclusivo para o mercado brasileiro, que é o alimento Hill's Cuidados da Pele, indicado para cães adultos com pele sensível e dermatoses responsivas a nutrientes”, conta.

Brana Bonder
Médica-veterinária e supervisora de Assuntos Veterinários da Hill's Pet Nutrition



“QUALIDADE DE VIDA, SAÚDE FÍSICA E MENTAL SÃO ESSENCIAIS PARA A SATISFAÇÃO PESSOAL E PARA A PROSPERIDADE PROFISSIONAL”

PRIVILÉGIO DE TRANSFORMAR VIDAS

Ter consciência de nosso potencial

A área de Assuntos Regulatórios é extremamente dinâmica. “Ao mesmo tempo em que se lida com uma série de projetos, inovações e prazos internos e externos, também é preciso estar atento ao setor como um todo”, diz Alessandra Silva, supervisora de Assuntos Regulatórios Latam da Hill's Pet Nutrition.

Ela iniciou sua carreira em Saúde Animal em 2010, atuando em Garantia e Controle de Qualidade. Em seguida, teve a oportunidade de conhecer a área de Assuntos Regulatórios. Foi amor à primeira vista.

Chegou à Hill's Pet Nutrition em 2016, onde teve o “privilegio de transformar vidas pelo poder da nutrição animal”. “E isso me fascina e consegue me surpreender até hoje.”

Para ela, ter foco e otimizar a produtividade são essenciais para conciliar o trabalho com a vida pessoal. “Qualidade de vida, saúde física e mental são essenciais para a satisfação pessoal e, conseqüentemente, para a prosperidade profissional”, diz.

A outras mulheres, ela aconselha: “Quando você sabe quem é, do que é capaz, e quando abraça seus propósitos, fica menos propensa a ser afetada por opiniões externas e mais forte a atingir seus objetivos. Precisamos ter consciência de nosso potencial e conhecer de verdade nosso poder!”

Alessandra Silva
Supervisora de Assuntos Regulatórios Latam da Hill's Pet Nutrition



“CONTAR COM UMA REDE DE APOIO DE AMIGOS E FAMILIARES NOS AJUDA A CRIAR MAIS RESILIÊNCIA PARA SUPERAR PERÍODOS DE INCERTEZAS”

A ÁREA DE VENDAS EXIGE MUITO ESTUDO

Capacidade de escuta é fundamental

A rotina de um profissional de vendas requer muitas análises e conhecimento do mercado e do negócio do cliente. “Costumo dizer que vender não é mágica e, sim, técnica. Por isso, essa área exige muito estudo”, afirma a médica-veterinária Valéria Rocha, executiva de Vendas da Hill's Pet Nutrition.

Valéria começou a carreira no segmento de medicamentos. Foi quando se identificou com o mundo corporativo. Depois de ingressar em nutrição animal, foi contratada pela Hill's, onde atuou em várias áreas, como técnica, treinamento e comercial, até descobrir que sua paixão mesmo é a área de vendas.

Para se sair bem nessa função, desenvolver a capacidade de escutar com atenção é fundamental para melhorar a relação com as equipes e clientes, além de aumentar a confiança das pessoas nas negociações.

No dia a dia do trabalho, além de organização e planejamento, estabelecer prioridades é fundamental para conseguir realizar as atividades e manter a saúde mental. “Contar com uma rede de apoio de amigos e familiares também nos ajuda a criar mais resiliência para superar esse período de incertezas”, diz.

Valéria Rocha
Médica-veterinária e executiva de Vendas da Hill's Pet Nutrition



CUIDADO COM O CORAÇÃO

Maior número de profissionais graduadas reflete no mercado de trabalho

Segundo a presidente da Sociedade Brasileira de Cardiologia Veterinária, Lilian Caram Petrus, a cardiologia animal está em franca ascensão no país. "Acredito que a atuação da entidade tem despertado o interesse dos médicos-veterinários pela especialidade."

Além disso, Lilian percebe que a autorização do Conselho Federal de Cardiologia Veterinária para realizar a prova do título de especialista em cardiologia mudou o segmento. "Isso criará um padrão de exigência maior para aqueles que decidirem atuar nesta área, levando à atualização constante."

Para Lilian, sua maior missão no setor é tornar a cardiologia veterinária uma especialidade respeitada por todos os profissionais médicos-veterinários.

"ACREDITO QUE A ATUAÇÃO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE CARDIOLOGIA VETERINÁRIA TEM DESPERTADO O INTERESSE DOS MÉDICOS-VETERINÁRIOS PELA ESPECIALIDADE"

PRESENÇA CRESCENTE NO MERCADO

Sócia da Pet Cor Cardiologia Veterinária, ela observa que a presença das mulheres no mercado veterinário tem crescido. "As profissionais já ocupam uma grande porcentagem das vagas dentro das faculdades de medicina veterinária. E isso se reflete também nas posições de destaque dentro da profissão."

Para ela, as mulheres têm características que agregam muito ao negócio, como a organização. "Além disso, a facilidade em solucionar problemas e a capacidade de fazer várias coisas ao mesmo tempo nos permitem conciliar a vida pessoal e profissional de forma eficaz", diz.

Porém, a presidente da SBCV ressalta que ainda há dificuldades decorrentes da diferença de gênero. "Existe o olhar desconfiado de algumas pessoas com relação à capacidade dessas médicas-veterinárias em posições de destaque na profissão. Mas, a cada dia que passa, isso se torna ainda mais incomum, e os colegas percebem que uma mulher pode ser tão boa, e até melhor, que muitos homens na mesma posição."

Lilian Caram Petrus
Médica-veterinária e presidente da Sociedade Brasileira de Cardiologia Veterinária (SBCV)

PÓS-GRADUAÇÃO

CARDIOLOGIA VETERINÁRIA

O curso tem como objetivo fornecer conhecimento aprofundado dos temas mais atuais em cardiologia veterinária por meio de aulas teóricas e aulas hands-on para prática e fixação dos conteúdos ministrados.

100% DE DESCONTO na matrícula*

INSERINDO O CUPOM:
PCARDIO100

*promoção válida por tempo limitado



COORDENADOR:
DR. CAIO NOGUEIRA DUARTE



COORDENADORA:
DRA. ELAINE CRISTINA SOARES



COORDENADORA:
DRA. LILIAN PETRUS

MATRÍCULAS ABERTAS:
25 DE SETEMBRO/2021
DURAÇÃO: 27 MESES
AULAS PRESENCIAIS

INSCREVA-SE HOJE!

ACESSE: www.famesp.com.br

☎ 5074 - 1010 📞 99725 - 8079 | 📷 @famespoficial 📱 @famesp





ANCLIVEPA-SP: TRAJETÓRIA DE SUCESSO NA EDUCAÇÃO CONTINUADA E ESPECIALIZADA EM MEDICINA VETERINÁRIA

A *expertise* e tradição da Anclivepa-SP em Medicina Veterinária, aliada a grandes estratégias de gestão, tornaram-se ferramentas fundamentais para seu sucesso e crescimento durante a pandemia



A Anclivepa-SP possui hoje 40 cursos de especialização nas mais diversas áreas da medicina veterinária

A Anclivepa-SP está entre as maiores instituições brasileiras ligadas à área de medicina veterinária do Brasil desde 1975. Com foco total no destaque e qualificação da classe, a associação está na vanguarda do ensino voltado para a área há pelo menos 20 anos, quando iniciou seu primeiro curso de pós-graduação em odontologia de cães e gatos.

Prova de sua busca constante por capacitação coligada ao viés social é seu crescimento no mercado de cursos veterinários, além do projeto pioneiro dos hospitais veterinários públicos espalhados pelo Brasil - que além de oferecer atendimento especializado e de alta qualidade para os animais da população carente local, também é um campo laboratorial de pesquisa para os alunos da Anclivepa-SP. Eles utilizam as unidades para treinamentos, estágios e aulas práticas.

E durante a pandemia a Anclivepa-SP soube se ajustar ao cenário de incertezas e, junto a seus colaboradores, conquistou o número de cerca de 2.500 alunos vigentes e ultrapassou a marca de 30.000 alunos já impactados em seus diversos níveis de capacitação: hoje são mais de 1.500 alunos em nível de especialização, fora avançados e *masters*, além dos alunos de cursos livres e de graduação.

Para contar um pouco mais sobre essa trajetória de sucesso, conversamos com o gerente da pós-graduação da instituição, o professor **MSc Issa Ibrahim Berchim**, que nos explicou sobre algumas estratégias utilizadas para esse crescimento.

AHM: Quais são os principais cursos e áreas disponibilizados pela instituição e quais são os de maior procura?

IB: A Anclivepa-SP atua de maneira muito ampla na educação e no mercado como um todo. Nós possuímos hoje mais de 40 cursos de especialização nas mais diversas áreas da Medicina Veterinária, sendo pioneira em muitas especializações no Brasil e no mundo. Visamos sempre oferecer conteúdo de ponta, técnicas inovadoras e professores renomados nacional e internacionalmente. Naturalmente, nossos cursos mais práticos são também os que possuem uma maior procura: áreas como cirurgia, ortopedia, dermatologia, oftalmologia, e odontologia são as mais procuradas, mas garantimos a excelência na educação em todos os nossos cursos. Acredito que o zelo que temos com a educação e com as pessoas seja um dos nossos grandes diferenciais.

AHB: Qual o número de docentes que atuam na instituição?

IB: Hoje nós possuímos um corpo de cerca de cinquenta coordenadores e subcoordenadores de curso, todos referência de mercado, cada um em sua área de atuação, que trazem uma qualidade docente ímpar para a Anclivepa-SP. Fora isso, nós contamos com mais de cem docentes convidados que vêm de toda parte do Brasil e do mundo, para trazer conhecimento teórico e prático e fornecer o melhor ensino aos nossos alunos.

AHB: Quais foram os artifícios utilizados pela instituição para atravessar o momento de pandemia e se manter em crescimento?

IB: Existe uma dinâmica muito grande da nossa diretoria e nossos coordenadores em lidar com a crise. Então, nos adaptamos rapidamente e avançamos com nossas plataformas de ensino remoto, trazendo excelência ao ensino híbrido. Para isso, mesclamos todo o aprendizado teórico *online* com monitorias, mentorias e acompanhamento ao vivo, além de retomarmos o ensino prático de qualidade, tão logo formos liberados para isso pelos órgãos competentes. E também, para atravessar esse período, contamos muito com a nossa diretoria, coordenadores, além da área financeira e administrativa para auxiliar nossos alunos, caso a caso, para garantir que todos fossem ouvidos e atendidos em suas necessidades. E esses alunos também foram muito compreensivos nesse momento. Acredito que essa junção de elementos fez com que, em plena pandemia, conseguíssemos aumentar o número de alunos e a qualidade dos nossos serviços.

AHB: Conte um pouco sobre as novidades trazidas para este ano (estrutura, novos cursos e outros diferenciais).

IB: É importante falar que estamos sempre investindo em nossa infraestrutura de laboratórios, salas e hospitais para conseguirmos oferecer um atendimento especializado e qualificado aos nossos alunos. Hoje nós temos 10 Hospitais Veterinários em todo o Brasil, todos abertos aos nossos alunos, para que possam fazer estágio e acompanhar a rotina prática de todas as nossas especialidades - afinal, nós contamos com a maior casuística veterinária do país. Fora isso, estamos investindo também em polos regionais em parceria com outras Anclivepas, com cursos livres e avançados em todo o país. E esta expansão é outro projeto que a nossa diretoria está encabeçando para a descentralização do ensino e para aumentar o padrão de qualidade da Medicina Veterinária em todo o Brasil.

AHB: Estamos numa virada de década, vivendo um momento em que os animais têm importância cada vez maior para os indivíduos. Nesse contexto, quais são os planos da Anclivepa-SP para o futuro?

IB: Em pleno século XXI, com a virada de década e com os novos desafios impostos, a Anclivepa-SP continua estando na vanguarda do mercado e do setor, atuando diretamente com uma preocupação muito grande com a Saúde Única, pensando no bem-estar de todos os nossos alunos e da sociedade, de maneira geral. Os novos desafios nos impõem, logicamente, grandes oportunidades de crescimento e inovação. Então, eu acredito que esses são os planos para o futuro. Pensar no coletivo, fazer o melhor que nós podemos, com os recursos que nós temos, pensando sempre em promover a revolução positiva na Medicina Veterinária, promovendo qualificação e capacitação para todos os profissionais do Brasil e do mundo.

"COM OS NOVOS DESAFIOS, A ANCLIVEPA-SP CONTINUA NA VANGUARDA DO MERCADO E DO SETOR, ATUANDO DIRETAMENTE COM PREOCUPAÇÃO MUITO GRANDE COM A SAÚDE ÚNICA"

Issa Ibrahim Berchim,
Anclivepa-SP



Issa Ibrahim Berchim,
Anclivepa-SP



Seu cão ou gato pode SALVAR VIDAS Doando Sangue!

DOAR SANGUE

...É rápido...
...É seguro...
...É indolor...
...E SEU PET GANHA UM CHECKUP!*

Doadores de Sangue Hemovet

CRITÉRIOS PARA DOAÇÃO DE SANGUE:

CÃES

Idade entre 1 e 8 anos
Peso mínimo de 27kg
Temperamento dócil
Vacinação e Vermifugação atualizadas
Controle de pulgas e carrapatos
Não apresentar doença ou transfusão prévia

GATOS

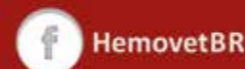
Idade entre 1 e 7 anos
Peso mínimo de 4kg
Temperamento dócil
Vacinação e Vermifugação atualizadas
Controle de pulgas e carrapatos
Não apresentar doença ou transfusão prévia

Agende a doação de sangue do seu cão ou gato:

(11) 94101-0725



Hemovet



*Confira as vantagens dos doadores de sangue em:
www.hemovet.com.br

Ceva Pet

**O compromisso
Ceva de fazer
e oferecer sempre
o melhor.**

A **Ceva** atua em **mais de 110 países**, com produtos de **qualidade** e, acima de tudo, o **compromisso de ir muito além da saúde animal.**

Oferecemos uma **linha completa**, com soluções em **carrapaticidas, vermífugos e vacinas**, além de produtos com atenção especial ao **comportamento de cães e gatos.**

Por isso, conte sempre com a qualidade e o compromisso Ceva de cuidar e ir além da saúde do seu pet.



*Juntos, além
da saúde animal*





GESTÃO DEMOCRÁTICA E FOCADA NA CIÊNCIA

André Lacerda de Abreu Oliveira, presidente da Anclivepa Brasil

Numa disputa bastante acirrada, o médico-veterinário André Lacerda de Abreu Oliveira ganhou as eleições para a presidência da Anclivepa Brasil. "Eu me sinto muito honrado em ter a oportunidade de representar a Associação pelos próximos dois anos", diz. E o currículo e a experiência de Lacerda mais do que o gabaritam a ocupar o cargo.

Formado pela Universidade Federal Fluminense (1988), trabalhou em torno de 7 anos em uma clínica que montou em Teresópolis (RJ). "Um consultório que começou pequeno, e cresceu ao longo dos anos com muito trabalho."

Fez mestrado em cirurgia, concluído em 1997, quando ingressou no meio acadêmico. O doutorado

fez pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, concluído em 2004, em um programa de medicina. Depois continuou a formação em Porto Alegre, na Fundação Universitária de Cardiologia.

"Tive boa parte da minha formação na medicina. Creio que o fato de ter aliado a ciência às atividades práticas me ofereceu um grande crescimento profissional."

Atualmente, Lacerda é professor e pesquisador da Universidade Estadual do Norte Fluminense (UENF), e cientista de produtividade da FAPERJ e do CNPq. Possui vários livros e artigos publicados, além da oportunidade de ser palestrante em diversos países.

"CREIO EM GRANDE AVANÇO DA INDÚSTRIA PET E NA QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL DOS VETERINÁRIOS"

André Lacerda, Anclivepa Brasil



PROPOSTAS À FRENTE DA ANCLIVEPA BRASIL

André Lacerda tem projetos bem definidos para sua gestão à frente da Associação. "Queremos, acima de tudo, uma Anclivepa grande, recuperando associados, apoiando as regionais, e tendo uma agenda nacional de ações, com o propósito de recuperar a confiança e o associativismo", diz o novo presidente, que acrescenta: "Queremos uma Anclivepa democrática e descentralizada".

Uma das linhas de trabalho que têm sido desenvolvidas é no sentido de trazer o Congresso Mundial do WSAVA para o Brasil. "Estamos avançando. Já ultrapassamos as primeiras etapas e tive o cuidado de realizar o projeto, com a ajuda de minha equipe de trabalho. Estamos aguardando a decisão final."

Outro ponto importante, e que será inovador para a Anclivepa, é trazer para a associação "o fazer científico", que vai ajudar a nortear ações de crescimento profissional e promover o interesse dos associados.

"Resumindo, unir ações de classe com a ciência em um modelo inédito, dentro de uma Anclivepa participativa, democrática e reconhecida mundialmente. A repercussão dessa nova etapa tem sido saudada com entusiasmo por vários parceiros de outros países", afirma Lacerda.

REVISTA ANIMAL HEALTH MANAGEMENT

O novo presidente da Anclivepa Brasil parabeniza o mercado veterinário brasileiro pelo surgimento de uma nova publicação focada no segmento, a Revista Animal Health Management.

"A divulgação do conhecimento é tão importante quanto a sua produção. As revistas têm importante papel nesse sentido, agindo tanto na divulgação de conhecimentos técnicos-científicos, como na divulgação de todas as novidades do mercado pet", conclui André Lacerda.

O SETOR DE PEQUENOS É PROMISSOR

A participação de Lacerda em entidades técnico-científicas sempre permeou sua carreira. Por isso, acompanhou de perto, nos últimos anos, o quanto a Anclivepa Brasil avançou, aumentando a divulgação profissional e a realização de cursos e congressos.

"Ações de certificação de proficiência em nível intermediário, o incremento do estímulo ao título de especialista e, aliadas a isso, ações inéditas em relação à pesquisa serão os nossos desafios", afirma o novo presidente da Associação.

Segundo ele, o setor de pequenos tem crescido e se qualificado, sendo promissor na maioria dos seus segmentos. "Creio em grande avanço da indústria pet e na qualificação profissional dos nossos veterinários", sublinha.

"QUEREMOS UMA ANCLIVEPA GRANDE, RECUPERANDO ASSOCIADOS, APOIANDO AS REGIONAIS, E TENDO UMA AGENDA NACIONAL DE AÇÕES, COM O PROPÓSITO DE RECUPERAR A CONFIANÇA E O ASSOCIATIVISMO"

ESPECIAL

LOGÍSTICA & SUPPLY CHAIN NA INDÚSTRIA DA SAÚDE E NUTRIÇÃO ANIMAL

LOGÍSTICA: ÁREA ESTRATÉGICA NO SETOR DA SAÚDE E NUTRIÇÃO ANIMAL

Nesta edição, em que apoiamos um caderno especial sobre Logística e *Supply Chain* como parte estratégica dos negócios da Indústria de Saúde e Nutrição Animal, compartilharemos nossas experiências ao lado dos principais executivos de logística e *supply chain* das indústrias farmacêuticas e de nutrição animal.

O nosso intuito é aprofundar desafios, oportunidades e tendências de mercado. Em linha com essa proposta, podemos adiantar que a Solística tem como um de seus principais propósitos não apenas entregar serviços de qualidade a seus clientes, mas, principalmente, apoiar iniciativas que visem protagonizar o segmento Logístico, especialmente na Saúde e Nutrição Animal, no qual, orgulhosamente, somos líder de mercado no Brasil.

Neste caderno especial, você vai conferir um *overview* exclusivo sobre o trabalho desenvolvido por organizações brasileiras e multinacionais, as quais estão vencendo desafios, garantindo produtividade, qualidade e redução de custos em seus processos logísticos.

Estaremos aqui também nas próximas duas edições, compartilhando *insights* e conteúdos agregadores nesta série especial, na qual mostramos que a logística tem um papel fundamental no desenvolvimento de um dos setores que mais crescem nos últimos anos.

Desejamos a todos uma boa leitura!



**“TEMOS COMO
PROPÓSITO APOIAR
INICIATIVAS QUE VISEM
PROTAGONIZAR O
SEGMENTO LOGÍSTICO,
ESPECIALMENTE NA
SAÚDE E NUTRIÇÃO
ANIMAL”**

Mauricio Motta,
CEO Health & Nutrition - Solística

LOGÍSTICA & SUPPLY CHAIN: PILARES PARA O CRESCIMENTO DO SETOR VETERINÁRIO BRASILEIRO

Diferentes companhias dos setores de Nutrição e Saúde Animal compartilham seus processos e tecnologias para atender com primazia um segmento em franca expansão no país; confira!



Existem dois entendimentos sobre a origem da palavra logística: vem do grego "logistikós" e significa contabilidade, organização, cálculo, raciocínio; e também do francês "logistique", que diz respeito à arte de planejar para a realização de projetos.

Esse termo sempre foi muito utilizado nas guerras, mas nas últimas décadas ganhou vida na sociedade

moderna ao denominar uma especialidade da administração responsável por prover recursos e informações para a execução de todas as atividades de uma organização.

Em tempos cada vez mais globalizados, dinâmicos e competitivos, em que o desenvolvimento e a comercialização de produtos estão ligados à rotina das pessoas e

das corporações, a gestão logística passou a ter importância central em todas as áreas econômicas, como agricultura, indústria, comércio, saúde, educação, tecnologia...

Nesse texto, vamos lançar um olhar específico sobre um setor que cresce a passos largos no país: **a Saúde e Nutrição Animal.**

PET E PECUÁRIA: BRASIL É REFERÊNCIA MUNDIAL

Segundo a Abinpet (Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação), o Brasil tem a segunda maior população de cães, gatos e aves canoras e ornamentais em todo o mundo e é o terceiro maior país em população total de animais de estimação. São 54,2 milhões de cães, 23,9 milhões de gatos, 19,1 milhões de peixes, 39,8 milhões de aves e mais 2,3 milhões de outros animais.

Outro mercado em que o Brasil é referência mundial é o pecuário. Além de ter o maior rebanho bovino do mundo e ser o maior exportador do planeta desse tipo de carne, o país também está entre os maiores produtores e exportadores mundiais, por exemplo, de aves e suínos, além de ter uma das maiores populações de cavalos do mundo.

Considerando a magnitude do setor veterinário brasileiro, a excelência das operações logísticas tem importância estratégica para o bem-estar dos animais e para a saúde dos negócios, nos mais diferentes elos da cadeia.

PROCESSO FABRIL E LOGÍSTICO DE EXCELÊNCIA

As operações de nutrição e saúde animal possuem requisitos de qualidade e controles técnicos semelhantes ao mercado de saúde humana, uma vez que os produtos visam os mesmos objetivos de prevenir e curar doenças, como explica Maurício Motta, CEO Health & Nutrition da Solistica nas operações Health & Nutrition no país.

Neste setor, diversas áreas trabalham em sintonia dentro das companhias para que o produto chegue ao consumidor final com excelência.

Nesta edição da REVISTA ANIMAL HEALTH MANAGEMENT abordaremos um pouco de algumas delas, dando visibilidade ao processo fabril e logístico como um todo.

Afinal, para que um produto chegue ao destino, existe todo um processo que começa na indústria e passa pelo operador logístico, envolvendo diferentes *players*. E, ao longo desse caminho, muitos são os procedimentos, áreas e empresas envolvidos.

CONSIDERANDO A MAGNITUDE DO SETOR VETERINÁRIO BRASILEIRO, A EXCELÊNCIA DAS OPERAÇÕES LOGÍSTICAS TEM IMPORTÂNCIA ESTRATÉGICA PARA O BEM-ESTAR DOS ANIMAIS E PARA A SAÚDE DOS NEGÓCIOS.

PROCESSO BEM ESTRUTURADO E TECNOLOGIA

Para começar essa jornada, conversamos com o time de alto gabarito que está no comando da área de Logística & Supply na Ourofino Saúde Animal: Milton Zanetti Rizo, diretor de Operações Industriais; Thiago Guerra, gerente de *Supply Chain* (Planejamento e Logística); Grazielly Leonetti, coordenadora de logística nacional; e Luiz Qualho, coordenador de logística (intralogística sede Cravinhos).

Com a companhia desses executivos, vamos conhecer o processo adotado na Ourofino em áreas como transporte, recebimento, expedição e armazenamento.

Na empresa, o fluxo de recebimento de materiais conta com um agendamento prévio com data e hora para ocorrer. Os fornecedores/parceiros são orientados a, previamente, enviarem o *check* de que está tudo em ordem, com Nota Fiscal e pedido de compra para o recebimento.

Neste momento é realizada a primeira aprovação da nota fiscal por meio de uma ferramenta totalmente automatizada. Após a liberação, o recebimento é efetivado, realizando uma conferência completa, que é conduzida por um colaborador devidamente treinado. Ele se encarrega de etapas como:

- contagem de materiais recebidos,
- inspeção física de mercadorias recebidas,
- comparação de mercadorias recebidas com a descrição no pedido de compras, entre outras.

A fase seguinte é a identificação do material e o endereçamento de acordo com o sistema de gerenciamento de armazenagem (WMS - *Warehouse Management System*) usado pela Ourofino.

"Nosso WMS é gerido por um *software* que permite administrar e rastrear todos os processos de movimentação dos produtos em estoque, possibilitando otimizar ao máximo a utilização do nosso armazém", explicam os executivos.

Identificados e endereçados, esses materiais são utilizados nos processos produtivos, sendo separados por operadores/almojarifes. O trabalho deles é norteado pelo:

- disparo de necessidade de utilização;
- *picking* (listagem de separação), que é gerada automaticamente no momento da liberação das ordens de produção. A priorização é feita por um *software* de acompanhamento do ritmo de produção.

Todo esse processo tem um ponto positivo sob a ótica da sustentabilidade: o *paperless* (sem papel).

A última das etapas do processo de armazenagem é a expedição. "Nesse momento, os nossos produtos acabados entregues pela produção seguirão para os veículos afim de serem levados aos nossos CDs, estrategicamente distribuídos pelo Brasil, e para embarque, com destino aos nossos CDs localizados na América Latina", comentam os executivos da área de Logística & *Supply* da Ourofino.

De acordo com eles, todas as etapas do processo de armazenagem têm registros precisos dos itens movimentados. "Essa é uma necessidade para a ocasião do inventário, que fazemos periodicamente, garantindo que os itens armazenados e utilizados estejam dentro das quantidades contábeis."

A operação de produtos acabados no Brasil, tanto na armazenagem, como no transporte para ambas BU's (animais de produção e de companhia) da Ourofino, é feita com operador logístico terceirizado, a Solistica.

"O envio dos produtos acabados ocorre diretamente da fábrica de Cravinhos (SP) para os seis centros de distribuição avançados que temos e são administrados pela Solistica, nos quais são realizados o recebimento e a armazenagem da carga para posterior faturamento, separação e expedição aos clientes", salientam.

A companhia faz o monitoramento ponta a ponta da cadeia, o que garante resultados robustos e auditáveis, tanto em questões regulatórias e de logística farmacêutica, como em questões contábeis.

PASSO A PASSO DO PROCESSO LOGÍSTICO

Quando se fala em *expertise* no atendimento logístico de clientes como a Ourofino, o planejamento bem-feito tem que ser o primeiro passo. Que o diga Maurício Motta!

O atendimento ao cliente começa no entendimento do negócio, seus principais desafios e na elaboração do projeto logístico ideal para ele. "Na Solistica, trabalhamos com a missão de ser um parceiro estratégico. Portanto, temos flexibilidade e possibilidade de customização de sistemas e processos para atender as suas necessidades."

Com mais de 20 anos de atuação em saúde animal e nutrição, a Solistica possui uma estrutura de BU's dedicadas ao atendimento das empresas que atuam nesses segmentos, com um time de especialistas em cada uma delas.

É esse time que faz o primeiro contato com o cliente, entende sua necessidade e o auxilia no levantamento das informações para que a solução que será desenvolvida seja a mais aderente possível, seja em custos ou em nível de serviço. Em um segundo momento, os especialistas de projetos entram em ação e, junto com esse time, desenvolvem uma solução para que a Solistica consiga agregar valor ao negócio do cliente.

Assim que o projeto é aprovado, cabe à área de implantações a missão de fazê-lo acontecer. É ela que define o PMO responsável por cada projeto, garante o seu desenvolvimento e realiza o acompanhamento do cronograma, assegurando que todas as atividades sejam entregues no prazo acordado para o *go live* do projeto.

Além disso, é responsável pela integração entre as equipes internas e externas, sendo o *focal point* do cliente durante o processo de implementação e início da operação.



Milton Zanetti Rizo,
Diretor de Operações Industriais da Ourofino



Thiago Guerra,
Gerente de *Supply Chain* (Planejamento e Logística) da Ourofino



Grazielly Leonetti,
Coordenadora de Logística Nacional da Ourofino



Luiz Qualho,
Coordenador de logística (intralogística - sede Cravinhos) Ourofino

QUALIDADE DE GESTÃO

Para a cadeia de suprimentos de Nutrição e Saúde Animal, o objetivo central é garantir o fornecimento de produtos de forma confiável e com toda qualidade requisitada pelos clientes. Em uma das gigantes do setor farmacêutico e veterinário mundial, a Boehringer Ingelheim Brasil, essa meta é perseguida por meio de diversas ações de melhoria, que envolvem várias áreas da fábrica, especialmente Produção, Qualidade e *Supply Chain*.

"Trabalhamos em melhorar nosso nível de atendimento da produção e aumentar a capacidade do controle de qualidade", afirma Franssueli Soletti Teixeira, *head* de gerenciamento de *Supply Chain* na companhia.

O segredo para ter sucesso nessa tarefa?

Na Boehringer Ingelheim existem procedimentos operacionais que são praticados com rigor pelas equipes, por levarem em conta as condições de execução, ou seja, são factíveis. "Muitas vezes já vi procedimentos muito bem escritos, mas de difícil execução, prejudicando a aplicação na rotina."

Outro fator que considera importante é como são tratados os desvios. "O time envolvido no desvio faz a investigação e propõe ações de mitigação. Dessa forma, fazemos com que haja aprendizado e, por isso, a recorrência é baixa."

Já na Royal Canin Brasil, a companhia trabalha sempre para entregar os alimentos com a maior qualidade e segurança possíveis. Por isso, tem mapeados riscos inerentes e definidos os planos de mitigação.

Segundo Susicler Salum, Diretora de *Supply Chain* da empresa, "na Royal Canin prezamos pelo controle de qualidade em toda a cadeia. Então, cuidados no manuseio, atenção aos procedimentos de rotina de limpeza no transporte, com o armazenamento e descarte adequados, são pontos que estão sempre em verificação em nosso setor."

A empresa utiliza o sistema de gestão da Mars, chamado "Gerenciamento de Qualidade de Distribuição", que atende a todos os requisitos da regulamentação.

Possui operadores logísticos terceirizados, que são responsáveis pelo armazenamento dos alimentos. Já a distribuição é feita pela própria Royal Canin.

"NA OUROFINO, UM SOFTWARE PERMITE ADMINISTRAR E RASTREAR TODOS OS PROCESSOS DE MOVIMENTAÇÃO DOS PRODUTOS EM ESTOQUE"



"PREZAMOS PELO CONTROLE DE QUALIDADE EM TODA A CADEIA"

Susicler Salum,
Royal Canin



“TRABALHAMOS PARA MELHORAR O NÍVEL DE ATENDIMENTO DA PRODUÇÃO”

Franssueli Soletti Teixo,
Boehringer Ingelheim



“ATENDIMENTO RIGOROSO DAS BOAS PRÁTICAS DE ARMAZENAGEM E TRANSPORTE”

Roberto Maganha,
Ceva Saúde Animal

PADRÕES OPERACIONAIS

Qualidade também é a bússola na Ceva Saúde Animal. Roberto Maganha, Diretor de *Supply Chain* – Operações Comerciais, afirma que a Ceva segue rigorosamente todos os procedimentos e boas práticas de armazenagem e transporte, garantindo a integridade dos produtos da empresa, da fabricação até a entrega ao cliente.

"Nosso operador logístico, a Solística, também atende a todas as normas regulatórias e de qualidade, que garantem as perfeitas condições dos nossos produtos durante o período em que estão estocados. No transporte, utilizamos veículos adequados e transportadoras qualificadas e homologadas, com monitoramento das entregas em tempo real", diz.

Na Zoetis, a busca pela qualidade também está focada no atendimento inegociável de protocolos de segurança e qualidade, de modo a assegurar que os produtos cheguem aos clientes mantendo todos os atributos e a eficácia do portfólio de produtos da companhia.

"Temos uma equipe de Logística, *Supply Chain* e Qualidade, trabalhando fortemente para evitar rupturas e fazer com que nossos parceiros sigam todas as diretrizes", salienta Vinicius Leite, *Supply Chain and Logistics Director - Canada and Latin America* da Zoetis.

A excelência das operações logísticas também é prioridade na Mars Petcare. Com duas fábricas no Brasil (em São Paulo e Pernambuco), a companhia possui três centros de distribuição: um acoplado ao site da empresa em Mogi Mirim; um em Cajamar (SP); e outro em Pernambuco. Estes três sites são responsáveis pela distribuição dos produtos terminados em todo o território nacional.

Na área logística, a Mars conta com a Solística como sua operadora. "Essa parceria é algo fundamental para o crescimento e a sustentabilidade do nosso *business*. E sempre tratamos nossos parceiros com respeito e comprometimento, sempre seguindo o nosso princípio da Mutualidade", afirma Henrique Cardoso, diretor de Logística e *Supply Chain* da empresa.

Segundo ele, todos os padrões operacionais, de qualidade, segurança e eficiência da companhia também são seguidos pelos parceiros logísticos, que mantêm a qualidade do produto e do serviço dentro de toda cadeia de *supply chain* no Brasil.

“TEMOS PROJETOS PARA DEIXAR NOSSOS PROCESSOS MAIS AUTOMATIZADOS E COM MAIOR SINERGIA”

Henrique Cardoso,
Mars PetCare



A EXCELÊNCIA ESTÁ NO CUIDADO

Na visão dos executivos da Ourofino, de maneira geral, existem diversos cuidados que precisam ser adotados no manuseio e transporte de produtos destinados à saúde e nutrição animal.

"Temos em nosso portfólio produtos que requerem temperatura diferenciada de armazenagem e transporte, especialmente as vacinas. Participamos ativamente das campanhas de vacina contra febre aftosa no Brasil, o que nos dá *expertise* e conhecimento técnico neste meio", dizem.

Toda operação é feita com o operador logístico da empresa. "Prezamos pelas boas práticas de armazenagem e transporte em toda cadeia logística e atuamos junto ao operador com todos estes requisitos, levando as premissas internas de qualidade, já adotadas e consolidadas em nossos produtos, para toda a cadeia."

Na Elanco, de acordo com Talita Magrini, gerente de Planejamento Latam da companhia, cada tipo de produto tem características variáveis na cadeia de produção e as plantas produtivas realizam o manuseio conforme a regulamentação. Exemplo é a produção em ambiente estéril.

"Na armazenagem, a maioria dos itens fica em ambiente climatizado. Para os transportes, trabalhamos com itens de cadeia fria, alguns itens perigosos, além dos veículos normais que transportam desde os insumos para a produção, até o produto acabado aos distribuidores ou clientes", explica Talita.

Referência em logística no setor de Nutrição e Saúde Animal, a Solística possui *expertise* em armazenagem e distribuição de vacinas por todo o Brasil. O principal desafio desse tipo de produto é o controle de temperatura, uma vez que deve ser conservado entre 2°C e 8°C. Por isso, os armazéns contam com uma cadeia do frio, que começa quando a vacina sai da indústria, entra nos nossos armazéns e, por fim, chega ao refrigerador da revenda.

No caso das vacinas contra a febre aftosa e raiva, antes de serem enviadas ao destinatário, passam por um processo muito importante: a selagem de vacinas, na qual um selo holográfico de segurança é aplicado para que se tenha controle das doses comercializadas e segurança contra falsificação. Somente após essa etapa, as vacinas são encaminhadas para o destino final.

A Solística realiza em torno de 276 mil selagens por dia. Nos últimos três anos, foram seladas, em média, 390 milhões de vacinas.

A *expertise* na movimentação de produtos com temperatura controlada é exemplo da busca permanente da Solística em caminhar em sintonia com seus clientes.

Por isso, a empresa foca em maximizar o atendimento de cada demanda e trabalha com prazo de planejamento longo, médio, curto e *online* da produção. "Dimensionamos capacidade através de *forecast* de demanda e ajustamos conforme a necessidade", diz Motta.

A empresa aplica lógicas estatísticas com *machine learning*, fazendo um dimensionamento mais preciso em sintonia com a sazonalidade e os picos ao longo do mês. "Assim, nos antecipamos às demandas para podermos treinar novos funcionários antes que estejam operando. No dia a dia, nossa 'Torre de Controle' nos permite gerenciar as operações em tempo real, remanejando recursos e veículos para o atendimento sincronizado da demanda", pontua o executivo da Solística.

GESTÃO DA MATÉRIA-PRIMA

Para uma empresa que atua no ramo de medicamentos ou de nutrição animal, a gestão da matéria-prima é primordial. Segundo Fransueli, a maioria das matérias-primas, princípios ativos e produtos acabados necessitam de temperatura e/ou umidade controladas.

"Consideramos a definição de temperatura/umidade do fornecedor e procuramos embarcar em container refrigerado. Os procedimentos exigem que a temperatura e a umidade sejam mantidas de acordo com as especificações dos materiais em todo processo", frisa a executiva da Boehringer.

A Vetoquinol não possui produto acabado que necessite de temperatura controlada. Porém, tem matérias-primas nesta situação e que demandam acompanhamento e garantia de um processo extremamente robusto, capaz de receber insumos em sua integridade e qualidade durante toda a cadeia de suprimentos. E isso se estende desde a importação, desembarque e transporte até a planta fabril da empresa, em Aparecida de Goiânia.

"Quando falamos em transporte de produto acabado, a embalagem, forma de armazenagem e orientações aos clientes são extremamente importantes. Por isso, inserimos nos nossos processos de expedição a FISPQ (Ficha de Informações de Segurança) dos produtos, de forma que, em qualquer momento do transporte ou mesmo dentro dos armazéns de nossos clientes, os mesmos possam obter todas as informações necessárias para garantir a integridade e a conversação dos produtos", relata Fernando Gomes, gerente de *Supply Chain Manager* da Vetoquinol.

CÉLULA PARA PREPARAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

De acordo com Eraldo Romão, gerente de compras e frotas da Vansil Saúde Animal, a empresa não trabalha com operadores logísticos no *outbound*. "A estratégia do grupo é que seja feito internamente todo esse processo. Temos inúmeros distribuidores espalhados por todo o país, desde os gigantes, até os que estão em plena ascensão", relata.

A companhia possui "célula" que faz toda a preparação e distribuição para os distribuidores. Para alguns comércios menores isso é feito com parceiros de negócio para transportes.

Nos processos internos de média a grande complexidade, a Vansil trabalha com insumos de várias particularidades, como temperatura, validade, valor agregado, sensibilidade às mudanças climáticas, dentre outros. "Temos armazéns e áreas separadas para cada 'família' desses itens."

Segundo ele, os armazéns se adequam de acordo com as características exigidas pelos produtos que ali estão armazenados (produto acabado, MP e embalagem), contando ainda com acompanhamento dos níveis de temperatura durante o dia.

TECNOLOGIA FAZ TODA DIFERENÇA

Na Zoetis, de acordo com Leite, a tecnologia permite prever com assertividade a demanda futura e obter o produto na hora e na quantidade certas, o que possibilita entregar o que os clientes necessitam.

Investir em tecnologia também é prioridade na Elanco. "Iniciamos esse ano um grande projeto que traz toda a empresa para o SAP Hana. Estamos, finalizando alguns pontos, mas já percebemos a melhoria de sistema", diz Talita.

Segundo ela, esta é apenas uma das ferramentas com as quais o time

da Elanco trabalha. Para cada área da empresa foi pensado um aparato tecnológico específico, como RH, Marketing, Qualidade, tendo como prioridade o atendimento às necessidades e o acesso fácil aos usuários.

Já a Ceva, segundo Maganha, utiliza um sistema integrado (ERP) que permite a realização de toda a operação: gestão de estoque, emissão de pedidos de vendas, faturamento, geração de notas fiscais, controle de despesas e investimentos, monitoramento das entregas, análises de desvios.

"Tudo está integrado com o sistema do nosso operador logístico. Buscamos também melhorias de processos com ferramentas que permitem o controle e a rastreabilidade de todas as entregas, sem falar nas tecnologias de apoio à equipe que trabalha em *home-office*, que possibilitam a realização de nossa operação de forma remota, sem a necessidade de estarmos fisicamente no escritório", explica.



**"TECNOLOGIA PERMITE
OBTER O PRODUTO
NA HORA E NA
QUANTIDADE CERTAS"**

Vinicius Leite,
Zoetis



Já a Mars realizou, em 2020, um grande investimento na área: "implementamos, em nosso principal CD, um WMS (*Warehouse Management System*) de alta performance, além de trocar 100% dos equipamentos de radiofrequência. Isto trouxe mais acurácia aos processos, eficiência e velocidade", relata Cardoso. "Para os próximos anos temos previstos projetos que visam deixar os processos mais automatizados e com maior sinergia", acrescenta.

A Royal Canin utiliza um sistema de monitoramento de gestão da entrega em tempo real. "Ele avisa ao cliente que estamos a caminho, horário de chegada – é um monitoramento de porta a porta. A tecnologia nos dá essa visibilidade para controlarmos as entregas e, se houver qualquer questão com a logística, podemos intervir. Isso nos ajuda a evitar rupturas e controlar as entregas", comenta Susicler.

A Solistica também se apoia na tecnologia. Utiliza uma plataforma digital que permite a rastreabilidade integral das entregas em tempo real, o que está disponível a todos os clientes. "Em breve, esse *tracking* também será disponibilizado a todos os nossos destinatários", revela Motta.

A ferramenta permite que o cliente tenha visibilidade de todo ciclo do pedido, que corresponde a:

- pedido faturado;
- separação dos produtos;
- conferência dos produtos;
- expedição;
- trânsito;
- entrega realizada;
- abertura de ocorrência.

"E além do *tracking* das entregas, essa plataforma também possui a funcionalidade de geração de relatórios e visualização de *dashboards* com os principais indicadores operacionais para gestão dos clientes na rotina", explica Motta.

Para a Solistica, tecnologia e inovação são temas que fazem parte do dia a dia. A empresa atua com sistemas próprios de gestão de carga, totalmente customizáveis e adaptáveis aos sistemas dos clientes.

Além disso, focando em rastreabilidade, desenvolveu um aplicativo para os motoristas parceiros utilizarem durante o transporte. As informações geradas pelo *app* são sincronizadas com um sistema disponível ao cliente para acompanhar a entrega do seu pedido em tempo real. Outra frente na qual a empresa está investindo agora é a gestão de KPIs, com uma plataforma para acesso aos indicadores operacionais que permitem visibilidade da rotina, acompanhamento das operações em tempo real e tomada de decisão proativa pelo cliente.



GESTÃO DE PESSOAS

Mas o segredo do sucesso das operações logísticas no setor vai além das novas tecnologias ou do surgimento de metodologias mais eficientes. A excelência tem como um dos pilares a gestão de pessoas.

De acordo com Talita, na Elanco existem grandes exemplos de gestores e líderes, o que, sem dúvida, é um diferencial para o desenvolvimento do trabalho de toda a equipe.

"Vejo líderes natos, pessoas que trocam experiências, assumem projetos multifuncionais, trabalhando em conjunto pelo todo. Isso demonstra o quanto a Elanco investe em pessoas, dá suporte e ferramentas para o desenvolvimento de seus colaboradores. As atitudes de nossos gestores e líderes nos fazem querer fazer parte desse compromisso da empresa cuidar uns dos outros, e preparar o time", diz.

Maganha explica que a equipe da área de logística da Ceva, bem como o operador logístico que aten-

de a empresa, a Solistica, passam por constantes treinamentos em procedimentos operacionais e boas práticas.

"O objetivo é garantir que tudo seja feito dentro dos mais rigorosos padrões de qualidade e de excelência operacional. Medimos e controlamos tudo através de indicadores de performance (os KPIs), o que nos permite atuar rapidamente e pontualmente, caso ocorra algum desvio."

Manter um time de alta performance é um dos objetivos da área também para a Zoetis. Ana Claudia Silva, gerente sênior da Qualidade de SC&L - América Latina, explica que a companhia oferece diversos programas de reconhecimento e desenvolvimento interno.

Dentre as principais ações implementadas estão o plano individualizado de desenvolvimento, a mentoria com gestores de diferentes áreas e mercados e o programa de talentos.

SUSTENTABILIDADE

Um campo que ganha relevância cada vez maior em todos os elos do setor veterinário é a sustentabilidade. Isso não é diferente na Ourofino Saúde Animal. Em linha com essa premissa, a empresa tem desenvolvido iniciativas como:

- redução da emissão de CO₂ com o uso de empilhadeiras elétricas;
- utilização de embalagens secundárias com material reciclado;
- uso de embalagens biodegradáveis;
- redução no consumo de *stretch* com a utilização de cintas reutilizáveis;
- reporte das ações de sustentabilidade da companhia no Relatório de Sustentabilidade, apresentando o quando o tema está inserido nos valores e na cultura da empresa.

A Royal Canin também possui meta de redução de CO₂. "Temos um sistema de monitoramento das cargas que permite o controle e a otimização das nossas entregas, reduzindo a emissão", afirma Susicler. As metas de mitigação de CO₂ são revisadas todos os anos.

Já na Vetoquinol há um processo muito bem implementado de reciclagem de materiais, em que itens como papelão, tambores, vidros e outros são direcionados a uma empresa de reciclagem e todos os laudos são gerados, garantindo o processo de sustentabilidade da empresa.

Na visão de Ana Claudia, existe uma preocupação crescente com embalagens mais sustentáveis e mais amigáveis ao meio ambiente. "Acredito que todas as empresas estão buscando soluções que possam ser reutilizadas, gerando menos resíduos, porém que sejam compatíveis com o valor agregado dos produtos de saúde animal", pontua.

A Solistica também está comprometida com a sustentabilidade. Os programas que integram sua gestão na área estão baseados na estratégia geral que rege todo o grupo de empresas FEMSA e que é pautada em 3 pilares: Nossa Gente, Nosso Planeta e Nossa Comunidade.

No último ano, a companhia deixou de emitir 141 mil t de CO₂, e que equivale ao consumo elétrico de 183 mil residências por ano. Captou 1,8 milhões de litros de água da chuva, que foram reutilizadas em 8,371 lavagens de veículos no Brasil. No que diz respeito aos impactos ambientais de transporte, a empresa soma nove anos consecutivos com a certificação de transporte limpo.

DESAFIOS DA LOGÍSTICA

Um dos desafios na Saúde Animal é a volatilidade da demanda, considerando-se o tempo de reação da cadeia, na opinião de Franssueli. "Para minimizar os impactos, buscamos manter estoque de segurança alto para o produto número 1 da companhia fabricado no nosso site. Desde o ano passado, com o início da pandemia, mantivemos aproximadamente 12 meses de estoque para os itens que são possíveis."



Relatório de Sustentabilidade da Ourofino referente a 2020



"NO ABASTECIMENTO DA PRODUÇÃO, A MAIOR DIFICULDADE É ATENDER AS FÁBRICAS NO TEMPO CORRETO PARA QUE NÃO HAJA RUPTURA NA LINHA PRODUTIVA"

Talita Magrini,
Elanco



"TRABALHAMOS COM INSUMOS DE VÁRIAS PARTICULARIDADES, COMO TEMPERATURA, VALIDADE, VALOR AGREGADO, SENSIBILIDADE ÀS MUDANÇAS CLIMÁTICAS, DENTRE OUTROS"

Eraldo Romão,
Vansil Saúde Animal

Outro fator, agravado pela Covid-19, é a disponibilidade de voos e equipamentos para embarque marítimo. "Temos enfrentado constantes postergações; para mitigar os impactos trabalhamos próximo aos nossos agentes de carga, fazendo a programação dos embarques o mais antecipadamente possível", diz.

Quando se trata de logística voltada ao abastecimento da produção, Talita também acredita que a maior dificuldade é atender as fábricas no tempo correto para que não haja ruptura na linha produtiva. "Na Elanco, conseguimos superar esta dificuldade com a adoção de processos internos robustos e trabalho coordenado."

São realizadas reuniões semanais que envolvem Qualidade/Planejamento/Compras/TSMS. "Assim, todos fornecem e recebem informações relevantes para o trabalho. Comunicação rápida, clara e eficiente é chave para os resultados", diz.

Para os especialistas da Ourofino, não só na logística de saúde animal, mas nas operações logísticas como um todo, enfrenta-se um problema comum no Brasil: a baixa infraestrutura que alguns estados apresentam no modal rodoviário. "Alinhado a isso e aos princípios comerciais da empresa, estamos estrategicamente posicionados em 5 estados brasileiros, mitigando quaisquer riscos."

Embora o país tenha dimensões continentais, o modal aéreo ainda é pouco requisitado devido ao alto custo, sendo utilizado apenas para produtos de alto valor agregado ou altamente perecíveis. "Buscamos contornar esses problemas com o posicionamento estratégico de nossos CDs."

Cardoso concorda que a deficiência em infraestrutura é um grande gargalo do país. Problema que não é apenas visto nas estradas, mas

também nos demais modais, como ferroviário e aquaviário, que são ainda pouco explorados. "Isto torna a cadeia de distribuição um enorme desafio em custo e nível de serviço."

EMBORA O PAÍS TENHA DIMENSÕES CONTINENTAIS, O MODAL AÉREO AINDA É POUCO REQUISITADO DEVIDO AO ALTO CUSTO, SENDO UTILIZADO APENAS PARA PRODUTOS DE ALTO VALOR AGREGADO OU PERECÍVEIS.

De acordo com ele, para solucionar problemas na cadeia de distribuição, a Mars busca manter parcerias sólidas com seus principais transportadores e operadores logísticos. "E também sinergias operacionais, com as quais possamos manter um custo e uma qualidade de serviço atraente", explica Cardoso.

Além de todos esses itens, a pandemia de Covid-19 impôs a necessidade de todos os *players* do setor se adequarem. "Exigiu atenção especial em relação à segurança das pessoas envolvidas no processo de logística e na utilização de equipamentos de proteção individual (EPIs) específicos para cada situação", sublinha Maganha.

Quando questionado sobre os desafios de nutrição e saúde ani-

mal, principalmente nesse momento de pandemia, Mauricio Motta afirma que a Solistica está preparada para enfrentar situações adversas graças ao seu Plano de Continuidade de Negócios, ou *Business Continuity Plan*.

O "BCP", como também é chamado, é um plano para a continuidade das operações no caso de um negócio ser afetado por diferentes níveis de desastres, como fenômenos naturais, incêndio, desabamentos, roubo de carga e paralisação de transporte, por exemplo.

A Solistica já tinha previstos vários desdobramentos que uma pandemia poderia causar em suas atividades, tais quais: fechamento de rodovias, interrupções ou diminuição do modal aéreo, alterações de transporte público, redução de mão de obra, dentre outros. Portanto, quando tudo começou, a companhia agiu rápido para mitigar os impactos nas operações dos seus clientes e garantir a segurança dos seus colaboradores.

Uma das estratégias utilizadas para evitar que as cargas ficassem paradas no bloqueio entre regiões foi munir os parceiros de transporte com um documento que justificasse o deslocamento das cargas como itens essenciais, uma vez que são produtos de saúde.

Com a restrição do transporte aéreo, a solução foi migrar para o transporte rodo expresso em carro refrigerado, focando as regiões Norte e Nordeste, o que garantiu a continuidade do transporte de produtos refrigerados e entrega aos clientes.

Essas e outras medidas, somadas aos pontos fortes do operador logístico, como capilaridade, *expertise* no segmento e profundo conhecimento do Brasil, permitiram que todos os desafios fossem superados.

MAIS CUSTOS E EXIGÊNCIAS

Motta, da Solistica, explica que as réguas de exigência de qualidade nas operações vêm subindo constantemente na logística do setor de Saúde e Nutrição Animal.

Com o fortalecimento do *e-commerce*, a distribuição mostra forte tendência de pulverização, com pedidos menores, em maior frequência, fazendo com que o último elo da cadeia precise trabalhar com níveis menores de estoque.

Maganha destaca a maior demanda por serviços personalizados, que aumenta a cada dia. "Hoje já não falamos mais em 'data da entrega', mas sim em 'hora da entrega'. Temos demandas por embalagens especiais, forma de paletização/empilhamento especiais, etiquetas personalizadas etc. O nível de exigência e sofisticação tem aumentado", afirma.

Já na análise de Fernando Gomes, da Vetoquinol, os maiores desafios estão relacionados à gestão dos custos de fretes internacionais e na importação de insumos e produtos. "Tivemos um aumento expressivo nos últimos anos devido à indisponibilidade global de *containers* e também forçado pela desvalorização do real frente ao dólar", diz.

Na cadeia de suprimentos do setor de Nutrição e Saúde Animal, Gomes enxerga como desafiador garantir a eficiência do processo de separação, expedição e um parceiro de transporte robusto, obtendo ao mesmo tempo uma distribuição otimizada. E informatizar e automatizar os processos tem sido cada vez mais imperativo. "É importante mencionar o nosso sistema de controle do processo de separação e expedição totalmente informatizado, onde a base da conferência é realizada por código de barras", diz.

Romão, da Vansil, também lamenta a escalada dos custos. Os altos valores dos fretes, seguidos pela baixa qualidade no atendimento por parte de alguns parceiros de transporte que atendem as regiões mais distantes, são grandes vilões do setor.

Para lidar com essas questões, a empresa está estruturando a área e capacitando as lideranças, além de buscar profissionais experientes e com bom conhecimento.



"É IMPORTANTE ATUAR COM PLAYER DE LOGÍSTICA QUE ATENDA AS PRINCIPAIS EMPRESAS DO SETOR"

Ana Claudia Silva, Zoetis



"DESAFIOS RELACIONADOS À GESTÃO DOS CUSTOS DE FRETES INTERNACIONAIS E À IMPORTAÇÃO DE INSUMOS E PRODUTOS"

Fernando Gomes, Vetoquinol



MERCADO EM TRANSFORMAÇÃO

Ana Claudia, da Zoetis, concorda que a distribuição de produtos veterinários é cada vez mais capilarizada, lembrando ainda que grandes clientes do agronegócio estão localizados em áreas e fazendas de difícil acesso.

"Fazer entrega de vacinas em 48 horas nessas regiões é, sem dúvida, um dos maiores desafios da logística na Saúde Animal."

De acordo com ela, para superar essas barreiras e entregar produtos de qualidade, algumas estratégias são os principais fatores para o sucesso da Zoetis:

- boa execução da qualificação e *expertise* na escolha da solução;
- atuar com *player* de logística que atenda as principais empresas do setor, possibilitando a consolidação de cargas e melhores prazos de entrega.

A Zoetis possui uma solução passiva de manutenção de temperatura robusta. A companhia entrega cerca de 1.500 notas fiscais (8.000 volumes) por mês de produtos refrigerados, com um número baixo de desvios de temperatura.

Ana Claudia cita um outro desafio para o *supply chain*: o *e-commerce* de produtos de Saúde Animal. "Para mim, ainda não está claro como vamos garantir que os produ-

tos sejam mantidos de maneira correta e adquiridos por estabelecimentos autorizados, mas, sem dúvida, é algo que vamos trabalhar, já que esse será o caminho da indústria em um futuro próximo", sublinha a executiva da Zoetis.

A Solistica já está focada nessa transformação do mercado. "Atualmente estamos nos preparando para a operação *e-commerce* direta do fabricante", diz Motta, que reconhece: "esse é um desafio maior do que os tradicionais canais de *e-commerce*, que já têm CDs específicos para esse tipo de atendimento, pois os CDs voltados para o atendimento do fabricante são estruturados para concentrar estoque em virtude dos benefícios fiscais".

Além disso, a companhia trabalha com a melhoria contínua como parte da cultura, buscando pequenos progressos diários. "Os saltos de qualidade acontecem quando inserimos novas tecnologias, como *mobile*, inteligência artificial com câmeras etc."

Para a Solistica, os setores de Nutrição e Saúde Animal têm grande potencial de crescimento no país, o que desafia a companhia a manter continuado processo de investimento em tecnologias e novos processos.



SEM USO DE PAPEL

VANSIL

Seguindo o processo de transformação digital da empresa, é objetivo, em um curto espaço de tempo, enviar cotações e aprovações via sistema, eliminando definitivamente o uso de papel. Desta forma, a companhia acompanha uma tendência mundial: tornar seus processos ainda mais sustentáveis a partir dos avanços tecnológicos. A Vansil também está se preparando para realizar compras diretamente com os fabricantes de diversos países, gerando maior agilidade e economia.



GREAT PLACE TO WORK

VETOQUINOL

A companhia atua muito forte na gestão e no desenvolvimento de lideranças em todas as áreas. Utiliza ferramentas como pesquisas de opinião, entendimento das oportunidades de evolução profissional, treinamentos e, principalmente, reuniões de alinhamento de objetivos e resultados. A empresa está colhendo resultados positivos. O mais recente é a obtenção da certificação do programa GPTW (Great Place to Work).



SUSTENTABILIDADE

ELANCO

A Elanco Latam compreende Colômbia e México, além do Brasil. Nos três países, um departamento é bastante ativo na companhia: o HSE (Saúde, Segurança e Meio Ambiente), que trabalha em conjunto com o *Supply*. Por isso, o cuidado com o meio ambiente também é prioridade na cadeia produtiva. Exemplo é o escritório da Elanco localizado em São Paulo, no Parque da Cidade Corporate – Jequitibá. Ele possui certificação de sustentabilidade LEED, demonstrando que a preocupação da Elanco com o tema parte dos cuidados com a casa que ocupa.



GERENCIAMENTO DE ESTOQUE

ZOETIS

A Zoetis utiliza sistemas de gerenciamento de estoque global, o que permite à empresa ter visibilidade dos produtos antes mesmo que saiam dos sites de manufatura. A companhia também utiliza a tecnologia em outras áreas, como nos sistemas de qualidade, treinamento, demanda etc. Além disso, as métricas e os indicadores de performance, como OTIF (*On Time in Full*), permitem medir e padronizar os requerimentos em diferentes mercados.



ESTRUTURA

BOEHRINGER INGELHEIM

No site de Paulínia, a companhia tem 5 almoxarifados, mais de 11.000 posições paletes, e 3 tecnologias de produção diferentes, o que torna a logística interna um pouco complexa. O recebimento dos materiais acontece nos almoxarifados de acordo com o tipo de produto, passa por uma rigorosa conferência, etiquetagem e armazenagem na posição adequada, indicada pelo ERP/SAP, que são confirmadas através de coletores de dados, para agilizar o processo.



EMBALAGENS

ROYAL CANIN BRASIL

Um dos principais controles da companhia está no manuseio, trabalhando com o maior cuidado para evitar qualquer dano à embalagem. Com o objetivo de evitar avarias, as embalagens possuem três camadas, sendo mais resistentes. Também são realizados testes rigorosos que garantem durabilidade em relação a queda, para assegurar a qualidade do que está chegando para o cliente. Esse mesmo cuidado e controle no gerenciamento da qualidade de distribuição é cobrado dos parceiros logísticos.



PLANEJAMENTO E GESTÃO EM SUPPLY CHAIN

CEVA

A empresa utiliza *software* com métodos de previsão estatística e algoritmos para elaborar as previsões de vendas (*forecast*), garantindo maior assertividade no planejamento e eficácia no atendimento dos clientes. Os estoques são calculados e planejados para estarem balanceados e alinhados às vendas. O fluxo de planejamento, que define os volumes de produção de cada produto, também está sintonizado a esse processo. A cadeia de abastecimento integra o planejamento das necessidades de vendas, a compra das matérias-primas e insumos da produção, os níveis adequados de estoques, o transporte e toda a logística de entrega.



ROBÔS DE AUTOMAÇÃO

OUROFINO SAÚDE ANIMAL

A companhia aplica, cada vez mais, os Robôs de Automação de Processos, além de ferramentas informatizadas na automatização de tarefas repetitivas, de modo que os recursos humanos estejam mais focados em funções táticas e estratégicas.

Mas a projeção da empresa é ir além, com a ampliação da automatização das atividades operacionais e crescimento da capacidade operacional. Também é foco aumentar o nível de automação dos armazéns, com o uso do IoT (Internet das Coisas) para tornar os armazéns, o processo de distribuição e os clientes mais conectados, permitindo monitorar em tempo real cada etapa.



MOVIMENTAÇÃO DO MERCADO FORTALECE A LOGÍSTICA VETERINÁRIA

SOLÍSTICA

As operações logísticas no setor de Saúde e Nutrição Animal no Brasil ganharam um grande *player* em 2019, quando a Solística – braço logístico da FEMSA – efetivou a aquisição da AGV – empresa brasileira especializada em armazenagem e distribuição.

Assim, a Solística não apenas expandiu suas atividades no país, como incrementou sua *expertise* em segmentos em que a AGV sempre teve destacada atuação, como Saúde Animal, Saúde Humana e *PetFood*.

"No Brasil, com a aquisição da AGV, nos tornamos o primeiro e único operador logístico integral 3PL", relata Maurício Motta, CEO Solística Health & Nutrition no país. Assim, a companhia consolidou um diferencial importante entre os líderes do setor.

Hoje a empresa possui no território nacional mais de 9 mil colaboradores, 60 Centros de Distribuição, mais de 400 mil m² de armazenagem, mais de 380 mil pp, 63 *Cross Docks*, com mais de 200 mil m². Musculatura que permite à companhia realizar no país mais de 3,5 milhões de entregas anuais.

Para atender o mercado de saúde animal, a empresa oferece serviços de armazenagem, controle de estoque, manejo de operações *in-house*, transporte de carga (seca, perigosa, perecível, criogênica), processos personalizados, como separação da carga, programação diferenciada e logística reversa.

A Solística disponibiliza entregas personalizadas, precisão em previsões e planejamento de demanda, distribuição B2B, gerenciamento de riscos para carga de alto valor agregado, gestão da cadeia de frio, serialização, consultoria de benefícios fiscais e qualidade.

Além de cumprir a regulamentação governamental de cada país e conseguir as licenças necessárias para a operação.



ENTREGAS PELA FERROVIA

MARS

Em 2021, a companhia implementou o sistema de entregas pelo modal ferroviário para distribuição dos produtos aos clientes do segmento de *PetNutrition*. Também adotou a cabotagem para as transferências entre as fábricas de SP e PE. O objetivo é reduzir as emissões totais de gases de efeito estufa em 27% até 2025 e em 67% até 2050. Hoje as atividades de logística contribuem com 6% da pegada de carbono total da Mars. As emissões ferroviárias emitem 5 vezes menos CO₂ do que as rodoviárias.



O BOM FILHO À CASA TORNA

Liderança positiva e foco em diversidade, inclusão e sustentabilidade: aptidões que são a marca do médico-veterinário Ahmed Álvarez, que retorna à equipe da MSD Saúde animal



“SE VOCÊ REALMENTE DESEJA CRESCER, DESAFIE SUA ZONA DE CONFORTO E SALTE PARA ALCANÇAR OS SEUS SONHOS!”

Ahmed Álvarez,
MSD Saúde Animal

OÁSIS PARA O MARKETING

Espanhol de nascença e brasileiro de coração. Assim que se pode definir Ahmed Álvarez, que começou a trabalhar em clínica veterinária depois de formado. Até que um dia surgiu uma oportunidade que mudou os rumos de sua carreira: atuar na indústria farmacêutica veterinária. Era seu ingresso num mundo de infinitas possibilidades.

Depois de um período aprendendo e ensinando, passou pelo departamento de marketing de vacinas no processo de transição para a nova MSD Saúde Animal, ainda na Espanha. Depois de assumir alguns desafios e conviver com pessoas inspiradoras, chegou a hora de escrever uma nova página na carreira: conheceu e se apaixonou pelo Brasil e pelo mercado pet brasileiro. “Um oásis para o marketing veterinário.” Aliás, trabalhar com marketing é outra de suas paixões.

isso é motivo de orgulho para o executivo, que tenta sempre ter uma liderança positiva. Para seus comandados, mostra alguns caminhos para o sucesso profissional: “você precisa ter clareza do que gosta, conhecer os seus pontos fortes e como eles podem ajudar você a se desenvolver ao longo da carreira que queira traçar”.

Ele lembra que saber qual é o horizonte permite crescer e decidir a jornada que se quer trilhar. “Se você realmente deseja crescer, desafie sua zona de conforto e salte para alcançar os seus sonhos!”, aconselha, sem meias palavras.

Para que um executivo tenha uma liderança positiva, segundo ele, é importante conhecer bem as pessoas da equipe, entendendo seus pontos de melhoria e habilidades para reconhecer o melhor dos seus colaboradores e atuar junto para aprimorar suas competências.

Além deste estilo de liderar o time, Álvarez tem uma gestão baseada em outros dois pilares: excelência na execução das tarefas e Diversidade & Inclusão. “Excelência na execução porque trabalhamos com propósito e damos o melhor para impactar positivamente a companhia e a sociedade. E quando falamos em diversidade, incentivamos a integridade de cada pessoa. Acreditamos que são as peculiaridades de cada um, com suas diferenças de ideias e visões, que trazem soluções.”

O médico-veterinário Ahmed Álvarez está de volta ao time de colaboradores da MSD Saúde Animal. E chegou com tudo! Assumiu na companhia a missão de trazer novos produtos e soluções inovadoras para a proteção da saúde e garantia do bem-estar dos animais e, consequentemente, das pessoas – seja o tutor, a família ou pessoas que convivem com os pets.

O profissional teve uma trajetória bem-sucedida de 15 anos na empresa, atuando tanto na Espanha como no Brasil. Entre 2017 e 2020 passou por outras experiências profissionais, mas como todo “bom filho à casa torna”, Álvarez regressou para a MSD Saúde Animal em dezembro de 2020. “Muito bom ter a oportunidade de voltar e ser recebido com tanto carinho, como eu fui!”, revela Álvarez, que atualmente é gerente de Produtos Pet na MSD Saúde Animal.

“Aprendi que, além de querer crescer como pessoa e profissional, tem que saber onde você quer estar. Acho que todo mundo tem o direito de explorar, de conhecer e, se tiver sorte, voltar para onde você acredita que vai se sentir realizado, estimulado e apoiado. Você nunca deve abrir mão do que realmente gosta.”

JORNADA PARA O SUCESSO

Álvarez é daqueles profissionais que inspiram quem está ao redor. E

Clínica Veterinária

Revista de educação continuada do clínico veterinário de pequenos animais



ATUALIZE CONHECIMENTOS, FORTALEÇA SUA MARCA, MARQUE PRESENÇA.

O ano de 2021 tem a inovação e o conhecimento como exigência. Nossa parceira de mídia e conteúdo oficial é a revista Clínica Veterinária, publicação impressa e online referência no setor.

Faça como nós. Escolha como parceira a revista Clínica Veterinária.

Clínica Veterinária
PARCEIRO DE MÍDIA DA VETERINÁRIA EXPO

Medicina veterinária do co

Medicina veterinária do coletivo: a nova especialidade da medicina veterinária

Cães detectores de doenças

Reflexões para a criação e a implantação de abrigos de animais

Cães de trabalho

Indivíduo comportamental de acumulação Saúde Única

a identificação de casos e legislação



Indexada no Web of Science – Zoological Record, no Latindex e no CAB Abstracts
DOI: 10.46958/rcv

www.revistaclinicaveterinaria.com.br



NOVO MEDICAMENTO PARA PARASITAS INTERNOS E EXTERNOS EM CÃES

Um tablete mastigável sabor carne "4 em 1", que elimina pulgas, carrapatos e sarna de ouvido, além de tratar infecções ocasionadas por vermes intestinais: é o novo NexGard Spectra®, lançamento da Boehringer Ingelheim Saúde Animal no Brasil. O NexGard Spectra® tem muitos diferenciais que o fazem ideal para o combate de parasitas internos e externos nos cães. A textura macia e o sabor de carne fazem com que os cães encarem o medicamento como uma experiência agradável, facilitando a administração e evitando um possível estresse ao animal ou ao tutor. Além disso, evita a aplicação incorreta devido à resistência usual dos cães em ingerir diversos medicamentos.

O lançamento faz parte de um direcionamento estratégico da Boehringer Ingelheim que colocou o mercado de pets como uma prioridade no país. "A divisão de Pets possui alto valor agregado dentro da companhia e temos o objetivo de continuar crescendo e conquistando mais *market share*. Para isso, é necessário oferecermos aos tutores um portfólio completo e as soluções mais modernas e eficazes no combate de parasitas", afirma Tatiana Zambon, diretora da Área de Pets da empresa.



PETZ ADQUIRE A ZEE.DOG

Agosto começou movimentado no setor de animais de estimação. A Petz informou que está adquirindo 100% da Zee.Dog (marca *premium* do segmento pet) pelo valor de R\$ 715 milhões. Dessa forma, a empresa amplia seu portfólio de produtos e sua presença internacional e digital.

"A transação representa um movimento único de transformação e consolidação do mercado pet, e fundamental na busca pela visão do Grupo Petz de 'ser mundialmente reconhecido como o melhor ecossistema do setor pet até 2025'. A Petz acredita que a Zee.Dog seja a companhia que apresenta a maior complementariedade de competências e pontos de contato junto aos clientes do ramo", divulgou em nota. A transação ainda está sujeita à aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) e da obtenção das aprovações societárias.

Fundada em 2011 pelos irmãos Felipe e Thadeu Diz e Rodrigo Monteiro, a Zee.Dog tem presença em mais de 45 países.



Conheça o maior Shopping Virtual de produtos veterinários da América Latina

CONGRESSOS
CURSOS
LIVROS
EQUIPAMENTOS
INSTRUMENTAIS
MÓVEIS
VESTUÁRIO
e muito mais!

acesse:
medvep.com.br

SOLUÇÃO DIGITAL MINIMIZA O IMPACTO AMBIENTAL DA RAÇÃO

Atualmente, os alimentos produzidos de forma sustentável ganham cada vez mais importância para o consumidor final. Nesse cenário, o negócio de Nutrição Animal da Basf desenvolveu a Opteinics (*Optimizing Protein Analytics*, ou seja, "Otimização da Análise de Proteínas"), uma solução digital para minimizar o impacto ambiental na produção de alimentos para animais.

A Opteinics permite uma integração nova e única ao software de formulação de ração. Assim, é possível que o formulador do alimento avalie e diminua o impacto ambiental, além de avaliar nutrição e custo, diretamente na fase de criação da ração. Todos os fatores relevantes de impacto ambiental na produção desses alimentos são considerados. Começa com o cultivo e a origem dos ingredientes da ração e inclui o transporte dessas matérias-primas para as fábricas e no criadouro.

Os cálculos contemplam o tipo de energia usada, os efeitos dos sistemas de criação, a gestão dos dejetos e os parâmetros de desempenho dos animais no criadouro. Com esses dados, os impactos são calculados em categorias diferentes, que incluem pegada de carbono e consumo de água ou eutrofização, que representa o escoamento de nitrogênio e fósforo para o solo.



PRODUTOS PERSONALIZADOS EM DIAGNÓSTICO VETERINÁRIO

Apesar de ser voltada à saúde humana, a Imex Medical Group cresce no setor veterinário. Por acreditar neste segmento, oferece soluções que atendem às diferentes necessidades dos clientes. E a pandemia não tem sido empecilho para que ponha em prática seus objetivos no setor. "Já fizemos grandes lançamentos de produtos para esse segmento desde o início de 2020", afirma Gabriel Lebarbenchon, gerente de Marketing da companhia. A Imex oferece soluções de equipamentos para diagnósticos por imagem, contando com um portfólio diferenciado.



Lebarbenchon, gerente de Marketing da Imex

NOSSO **Clínico**

ANO 24 - Nº 141 - MAI/JUN 2021

Indexação Qualis

MEDICINA VETERINÁRIA PARA ANIMAIS DE COMPANHIA

CATARATA
em Papagaio Verdadeiro:
Relato de caso

- Osteotomia corretiva para tratamento de deformidade angular de rádio e ulna: Relato de caso
- Persistência hiperplásica do vítreo primitivo diagnosticado por ultrassonografia oftálmica
- Condrossarcoma primário em cavidade nasal da raça Lhasa: Relato de caso
- Principais aspectos e condutas abordadas por médicos veterinários na nutrição de pacientes hospitalizados
- Formação de uma carapaça modificada em Jabuti-piranga após queimadura térmica severa: Relato de caso

ACERVO COMPLETO, MAIS DE 140 EXEMPLARES, MAIS DE 1.000 ARTIGOS CIENTÍFICOS, MAIS DE 24 ANOS...

Faça como nós. Escolha como parceira a revista **Nosso Clínico**.

NOSSO Clínico
MEDICINA VETERINÁRIA PARA ANIMAIS DE COMPANHIA
PARCEIRO DE MÍDIA DA VETERINÁRIA EXPO

COMPROMISSO COM COMUNIDADES, ANIMAIS E O PLANETA

A Zoetis anunciou metas de sustentabilidade de longo prazo, que se baseiam em seu propósito de fortalecer o mundo e a humanidade, por meio da evolução no cuidado com os animais. Sob o lema "Driven to Care", a companhia estabelece compromissos específicos com comunidades, animais e o planeta, em apoio a 10 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU). "A formalização de nossos objetivos e compromissos integra a sustentabilidade como uma estratégia central, ao lado da inovação em Saúde Animal e do apoio aos nossos clientes. Faremos um relatório sobre o nosso progresso anualmente", diz Kristin Peck, CEO global da Zoetis.

"Hoje, somos a única empresa independente de Saúde Animal a alinhar suas metas de sustentabilidade com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU", diz Ricardo Vicalvi, diretor de Comunicação, Responsabilidade Social e Assuntos Institucionais da Zoetis no Brasil.



COMBATE DE PULGAS, SARNA OTODÉCICA E VERMES INTESTINAIS EM GATOS

A MSD Saúde Animal traz ao mercado pet uma nova solução contra os parasitas dos felinos, o Bravecto Plus Gatos. Segundo a companhia, o produto é o único do mercado que combate pulgas por 12 semanas, sarna otodécica e vermes intestinais e traz benefícios como maior conveniência para o tutor e efeito prolongado.

O lançamento permite uma prevenção de longa duração, quebrando o ciclo e eliminando, de forma efetiva, as pulgas que permanecem nos ambientes de convivência dos lares, em combinação com a vermifugação de vermes intestinais e a ação acaricida.

De acordo com Ahmed Álvarez, médico-veterinário e gerente de Produtos Pet na MSD Saúde Animal, o Bravecto Plus Gatos chega para inovar o setor e trazer uma experiência completa aos tutores. "Da mesma forma que Bravecto comprimidos marcou uma nova era no combate contra ectoparasitas de cães, estamos diante de uma solução inédita, sendo a primeira para felinos dessa nova geração de antiparasitários, isofloxacinas, com espectro ampliado", explica.



IV WORKSHOP DE ONCOLOGIA VETERINÁRIA INTEGRATIVA

27 E 28 DE NOVEMBRO DE 2021
HOTEL NINETY - SÃO PAULO - SP
27/11 - 08:00 às 18:30 | 28/11 - 08:30 às 13:30

MÉDICOS(AS) VETERINÁRIOS(AS)



DRA. ANA CATARINA



DR. ALOÍSIO CARVALHO



DRA. DANIELA LOPES



DA. JEAN JOAQUIM

ASSUNTOS ABORDADOS

- 1 Câncer e suas leis biológicas
- 2 Terapia Vuscum Album
- 3 Terapia Vibracional
- 4 Cromoterapia
- 5 Ozonioterapia
- 6 Fitoterapia Chinesa
- 7 Acupuntura

INSCRIÇÕES: WWW.ABMVI.COM.BR

INVESTIMENTOS

- LOTE 1 R\$ 1.600,00 ATÉ 15/10/2021
- LOTE 2 R\$ 1.900,00 ATÉ 15/11/2021
- LOTE 3 R\$ 2.200,00 ATÉ 26/11/2021
- LOTE 4 R\$ 2.500,00 NO DIA DO EVENTO

VALORES ESPECIAIS PARA GRUPOS
FALE CONOSCO: 016 99750-4447

SIGA-NOS

- @abmvi_oficial
- @veterinariaintegrativa



EQUIPAMENTOS DE PONTA NO PORTFÓLIO DE SAÚDE ANIMAL

O mercado veterinário é um dos pilares da Konimagem, que deve atingir, em 2021, o patamar de faturamento anterior à pandemia

Desde 1988, a Konimagem trabalha no setor de Diagnóstico por Imagem. Ao longo da sua história, a empresa consolidou-se no mercado e, hoje, é reconhecida pela qualidade de seus produtos e, principalmente, pelo comprometimento em atender às necessidades de seus clientes.

Além da qualidade dos produtos, o grande diferencial da Konimagem é o material humano. "Com uma equipe experiente e atualizada, nossos profissionais estão engajados em prestar consultoria, ofertando soluções personalizadas para cada negócio, com o objetivo de superar as expectativas dos clientes com agilidade e a melhor negociação do mercado", afirma Dario Livrari, presidente da Konimagem.

SETOR VETERINÁRIO

Mediante o crescimento do mercado veterinário nos últimos anos, hoje um dos pilares da Konimagem são os negócios realizados nesse setor. "Conseqüentemente, os investimentos nesta linha estão sempre em nosso radar. Buscamos nos diferenciar com produtos e soluções tecnológicas inovadoras para todos

os tipos de animais", explica Job Jr, especialista de produtos da Konimagem.

Apesar do potencial do setor, alguns obstáculos trazem dor de cabeça. Um deles é a dificuldade de linhas de crédito subsidiado voltadas para equipamentos veterinários, o que atrapalha o desenvolvimento desse mercado. Empecilho que é potencializado pela variação cambial.

Apesar disso, é um segmento de grande potencial no país. Prova disso é o desempenho estimado da Konimagem para 2021. "A expectativa da empresa é de atingir um faturamento superior ao registrado em 2019. Mesmo com a pandemia, o mercado veterinário apresentou uma retomada rápida", relata Job Jr.

NOVIDADES NO PORTIFÓLIO

Como já é habitual, a Konimagem tem algumas novidades para o mercado de Saúde Animal. "Temos, em nosso portfólio, equipamentos de raio-x digital direcionados para veterinários. Disponibilizamos também a esse segmento monitores de diagnóstico, arcos-cirúrgicos e ultrassom", enumera Job.



"COM EQUIPE EXPERIENTE, NOSSOS PROFISSIONAIS ESTÃO ENGAJADOS EM PRESTAR CONSULTORIA, OFERTANDO SOLUÇÕES PERSONALIZADAS"

Dario Livrari



"MESMO COM A PANDEMIA, O MERCADO VETERINÁRIO APRESENTOU UMA RETOMADA RÁPIDA"

Job Jr



REFERÊNCIA EM DIAGNÓSTICO POR IMAGEM VETERINÁRIO.



CONTATE-NOS

contato@konimagem.com.br
Rua Maria Casali Bueno, 57
Mandaqui - São Paulo - SP

DICAS PARA GERENCIAR HOSPITAIS E CLÍNICAS VETERINÁRIAS

O médico-veterinário Leandro Zaine nos apresenta algumas dicas de como gerenciar bem um negócio no setor veterinário



“O AUMENTO DO NÚMERO DE PROFISSIONAIS E O CRESCIMENTO DE GRANDES LOJAS TÊM PRESSIONADO PARA A PROFISSIONALIZAÇÃO DO MERCADO”



LIÇÃO 2

ESTUDAR, LIMITAR A CARGA DE ATENDIMENTO E TER TIME CAPACITADO

Para superar os percalços de todo veterinário quando se depara com o desafio de gerenciar um empreendimento, boa dica é estudar. Isso mesmo, ao mesmo tempo que detém conhecimento técnico no setor, é imprescindível que se dê conta que também é um gestor. De nada adianta dominar com maestria as técnicas de atendimento dos animais se não sabe gerenciar o próprio negócio.

“POUCOS TÊM UMA EQUIPE ADMINISTRATIVA DE SUPORTE PARA CONDUZIR AS FUNÇÕES GERENCIAIS MAIS BÁSICAS.”

Uma das explicações à falha administrativa é que o veterinário está muito envolvido na parte operacional do negócio (atendendo, operando etc) e dedica pouco tempo à gestão.

“Além disso, poucos têm uma equipe administrativa de suporte para conduzir as funções gerenciais mais básicas, que acabam deixando de ser feitas”, pontua Zaine.

Diante desta constatação, ele destaca que o veterinário pode resolver o problema de duas formas:

1) Limitando a carga de atendimentos e tendo uma rotina fixa de atividades administrativas;

2) Contratar e capacitar uma equipe de suporte administrativo para executar diversas funções: controle de inadimplência, conferência de caixa, pagamentos de contas, relatórios financeiros, compras e controle de estoque etc.

LIÇÃO 1

O VETERINÁRIO TEM QUE ENCARAR O NEGÓCIO COM “OLHOS” DE ADMINISTRADOR

O que é gestão? De acordo com o Dicionário Aurélio, gestão é administração; ação de gerir, de administrar, de governar ou de dirigir negócios públicos ou particulares. No mundo empresarial, a gestão é o coração de toda empresa e é imprescindível para a organização de processos e pessoas, tendo como foco o desenvolvimento de um empreendimento, independente do segmento em que se atua.

Não diferente de qualquer outra área, também no setor veterinário o aprimoramento dos conhecimentos em gestão é imprescindível, até porque muitos médicos-veterinários são ou podem ser empreendedores no futuro. Este é um segmento, aliás, que tem grande potencial no Brasil, mas que tem suas especificidades e exige conhecimento não apenas técnico, mas também de gerenciamento.

Leandro Zaine, Médico-Veterinário com doutorado em Clínica Médica pela Unesp e MBA em Gestão de Negócios, destaca que o aumento exponencial do número de profissionais e o crescimento de grandes lojas tem pressionado para

uma profissionalização do mercado que, em sua maior parte, ainda é bastante amador em diversos aspectos. “Empresas que eram tradicionais em suas cidades foram ficando obsoletas (algumas até fecharam), pois não se adaptaram à evolução do mercado.”

A GESTÃO É O CORAÇÃO DE TODA EMPRESA E É IMPRESCINDÍVEL PARA A ORGANIZAÇÃO DE PROCESSOS E PESSOAS

Segundo ele, os desafios são semelhantes às microempresas de outros setores, como falta de preparo em gestão por parte dos sócios. “Pelo veterinário ter uma formação puramente técnica na faculdade, ao montar o negócio não está preparado para gerenciar. Assim, o negócio nunca atinge o potencial que poderia, pela falta da aplicação de conceitos de administração já consagrados.”



LIÇÃO 3

ORGANIZAR O TEMPO E CONHECIMENTO

Uma gestão bem-sucedida no setor veterinário é baseada em dois pilares: tempo e conhecimento.

TEMPO: a rotina administrativa não é algo opcional, mas obrigatório para se ter uma empresa saudável. Para isso, ele deve dedicar tempo para atividades cruciais: reuniões com a equipe, análises financeiras, avaliação da satisfação dos clientes, adequação a aspectos regulatórios, planejamento de campanhas de marketing, entre outras ações.

“O GESTOR DO NEGÓCIO DEVE SE CAPACITAR PARA ABSORVER CONTEÚDOS DE GESTÃO”

CONHECIMENTO: esse gestor deve se capacitar para absorver conteúdo de gestão, fazendo cursos, lendo livros, conversando com consultores/mentores, visitando a clínica de outros colegas e desenvolvendo outras atividades que trarão mais conhecimento sobre negócios.

LIÇÃO 4

A PANDEMIA PÔS O VETERINÁRIO À PROVA: “COMO ESTÁ SUA GESTÃO?”

Em todos os setores da economia, a projeção para 2020 era muito positiva. Não é diferente no setor veterinário. “Vimos o mercado se aquecendo. Junto com meus clientes, estávamos fazendo metas ambiciosas de expansão e, até início de março, a evolução estava sendo boa”, relata Zaine.

“INICIALMENTE AS EMPRESAS REDUZIRAM DRASTICAMENTE A CARGA DE ATENDIMENTOS E ISSO TEVE UM IMPACTO FINANCEIRO MUITO NEGATIVO DEPOIS, ISSO FOI SE RECUPERANDO”

Mas vieram as turbulências geradas pela Covid-19. Felizmente não foi tão grande como parecia no início da crise, na visão de Zaine. “No princípio, as empresas reduziram drasticamente a carga de atendimentos e isso teve um impacto financeiro muito negativo. Depois, isso foi se recuperando.”

Segundo ele, considerando especificamente a área de serviços veterinários, existe uma certa percepção de que é um segmento imune às crises. “De certa forma, isso realmente se confirmou. Os animais continuam a ficar doentes e a demanda por serviços veterinários não foi interrompida, pois não são serviços ‘opcionais’”, avalia Zaine.”

“A FALTA DE GESTÃO LEVOU AO DESESPERO LOGO NO INÍCIO DA CRISE [GERADA PELA PANDEMIA]”

Mas uma questão ficou muito evidente com a pandemia. “A falta de gestão levou ao desespero logo no início da crise”, dispara. Poucas empresas tinham reservas financeiras para sobreviver mais de um mês.

“Além disso, elas não tinham registros financeiros adequados para auxiliar na tomada de decisões. Isso levou a atitudes exageradas e precipitadas. Os poucos que estavam mais organizados e tinham reservas tiveram calma para tomar decisões mais assertivas”, afirma.

20 CONGRESSO INTERNACIONAL DE FISIATRIA EM PEQUENOS ANIMAIS



PRESENCIAL!

22 PALESTRAS +10 PALESTRANTES 2 MESAS REDONDAS 2 WORKSHOPS AVANÇADOS

04 | 05 | 06 DE NOVEMBRO



MÉDICA VETERINÁRIA UNESP BOTUCATU
MESTRE PELA UNESP BOTUCATU
DOUTORANDA PELA UNIVERSIDAT DE LES LLES BALEARS (MAIORCA- ESPANHA)
CERTIFICADA EM FISIOTERAPIA VETERINÁRIA PELA CANINE PHYSICAL REHABILITATION (CCRP), TENNESSEE UNIVERSITY, EUA
PROFESSORA-INSTRUTURA NA EUROPA E AMÉRICA DO SUL DO CCRP
VICE PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO IBERO AMERICANA DE FISIATRIA VETERINARIA (AIFIVET)
AUTORA DO LIVRO FISIATRIA EM PEQUENOS ANIMAIS

M.V MS. RENATA DINIZ

MÉDICA VETERINÁRIA UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES. (UBA).
PROFESSORA CONVIDADA EM “MÁSTER PROPIO UCM” - FISIOTERAPIA E REABILITACIÓN VETERINÁRIA DE PEQUENOS ANIMAIS UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. (UCM). (ESPAÑA)
ESPECIALIZAÇÃO EM CLÍNICA DE PEQUENOS ANIMAIS (UCSAL) PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO IBERO AMERICANA DE FISIATRIA VETERINARIA. (AIFIVET, COMISIÓN FUNDADORA)N



M.V ESP. GRACIELA M. STERIN

GARANTA JÁ A SUA VAGA!
INSCREVA-SE EM WWW.FISIOCAREPET.COM.BR/CURSOS



Esse período de crise também permitiu fazer uma análise da própria equipe. "Percebemos quem 'está no mesmo barco' e quem só pensa em si e não se importa com a empresa.

LIÇÃO 5

ESTRATÉGIAS PARA SAIR MAIS FORTE DA CRISE

O pós-pandemia é um tema que vem sendo muito discutido. De qualquer forma, esta crise deixou alguns aprendizados: "as empresas do setor podem ser lucrativas se tiverem tudo bem controlado, como a crise obrigou. Eu vi empresas que tinham grandes gargalos na organização financeira e gestão de estoque/compras. Hoje, elas 'agradecem ao coronavírus' pela oportunidade que tiveram de melhorar."

Na pandemia tem sido importante agir proativamente para manter a demanda. "Conscientizar os clientes que somos profissionais da saúde e que tomaremos todas as medidas de segurança para que a saúde de todos seja preservada. Então, precisa-se fazer um contato mais próximo para os clientes, ligando, enviando mensagens e e-mails, postando em redes sociais, mostrando que es-

tamos funcionando e que serviço de saúde não é algo que pode se deixar para depois", explica.

"APRIMORAR OS CONTROLES FINANCEIROS, LIMITAR AS COMPRAS AO ESTOQUE MÍNIMO E ANALISAR NOVOS CORTES DE CUSTOS"

Outros pontos importantes: aprimorar os controles financeiros, limitar as compras ao estoque mínimo necessário e analisar quais outros custos podem ser cortados.

Também muito se fala que os períodos de crise abrem espaço para a reinvenção. "Para mim, inovação significa a melhoria constante de nossos serviços. Não é somente fazer coisas novas, mas perceber como podemos melhorar com um único foco: proporcionar uma melhor experiência ao cliente!", afirma.

Segundo ele, a crise deixou isso mais evidente, mas é algo que precisa fazer parte da rotina dos profissionais do setor se quiserem ter empresas saudáveis e prósperas.

LIÇÃO 6

COMUNICAÇÃO E VISIBILIDADE: INVESTIR COM INTELIGÊNCIA TRAZ GANHOS AO NEGÓCIO

Ações focadas em comunicação são um aspecto que fica de lado por falha administrativa. "É importante para que nossos clientes e a sociedade saibam tudo que oferecemos e quais são nossos diferenciais", diz.

Mas ele acredita que, antes de se investir em comunicação, deve-se seguir uma hierarquia de prioridades.

- 1) A primeira é ter controles financeiros precisos.
- 2) Investir em se ter uma equipe alinhada para gerar uma experiência de atendimento diferenciada.
- 3) Só depois de se ter "arrumado a casa" que vejo a importância de se ter uma estratégia de comunicação.

"É IMPORTANTE QUE NOSSOS CLIENTES E A SOCIEDADE SAIBAM O QUE OFERECEMOS E OS NOSSOS DIFERENCIAIS"

Mas quais ações de comunicação devem ser tomadas pela empresa veterinária? Zaine aposta que o "um a um" é o que mais funciona nesse momento.

A empresa deve fazer um levantamento de clientes atendidos nos últimos meses e, se possível, fazer contato individual com cada um, perguntando como eles estão, falando como estão os horários de funcionamento e se eles têm alguma necessidade. "É mais trabalhoso, porém certamente é mais efetivo do que divulgações em massa em redes sociais, por exemplo", sugere Zaine.

IMPULSIONE A COMUNICAÇÃO COM EMOÇÃO

Inove sua comunicação com seus clientes por meio de soluções completas em produção de vídeos corporativos, publicitários, promocionais e podcasts.



A CONTABILIDADE NA GESTÃO DE ESTABELECIMENTOS VETERINÁRIOS

Uma boa gestão contábil, fiscal e tributária está entre as tarefas mais importantes de qualquer organização

Independente do segmento ou tamanho de uma empresa, o olhar atento à saúde financeira do estabelecimento é crucial para levar o empreendimento ao progresso. A boa gestão contábil, fiscal e tributária está entre as tarefas mais importantes de qualquer organização, o que não é diferente para um estabelecimento veterinário.

O gerenciamento dessas áreas exige um olhar estratégico, garantindo o crescimento sustentável. Para falar sobre esse assunto, a Revista Animal Health Management convidou o Contador, Consultor Contábil e Tributário, Ruberlândio Oliveira, também conhecido como Rubens, sócio-proprietário da Contribut Contabilidade e Assessoria Empresarial, para uma série de entrevistas sobre a importância da contabilidade para o crescimento sustentável na área.

"A maior parte das clínicas e hospitais veterinários é de empresas familiares e de capital fechado e que, em geral, enfrentam desafios muito característicos: elas buscam crescimento, geração de valor, melhoria de gestão e, para cada necessidade e objetivo, é necessário construir soluções específicas", salienta.

PREOCUPE-SE COM A LEGALIZAÇÃO

Antes de montar uma clínica veterinária, você pode escolher entre ser autônomo ou societário. Como associado, as opções são sociedade simples ou sociedade limitada.

É importante contratar um contador para auxiliar no processo de abertura da empresa, independente do registro. O profissional contábil

sabe todos os tributos necessários, legalização e pode indicar o melhor caminho para o negócio. Para deixar a clínica dentro da lei, serão necessários alguns procedimentos:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal, para retirar o CNPJ da clínica;
- Registro na Prefeitura Municipal da cidade para conseguir o alvará de funcionamento;
- Registro pela Caixa Econômica no sistema "Conectividade Social - INSS/FGTS";
- Registro no Corpo de Bombeiros Militar para ter a autorização de funcionamento público;
- Registro na Entidade Sindical Patronal;
- Registro no Conselho Regional de Medicina Veterinária (CRMV).

SOLUÇÕES INTEGRADAS

Os empreendedores do setor veterinário precisam de soluções contábeis integradas. A contabilidade é mais que registros exatos e, de acordo com as operações realizadas, é uma ferramenta de gestão que auxilia no planejamento estratégico e na condução dos negócios de forma correta e sem riscos.

ATENDIMENTO ESPECIALIZADO

É importante ter alternativas de estudos e oferta de serviços nas áreas de gestão contábil, fiscal, tributária e de auditoria, além de estar pronto para oferecer suporte jurídico e de RH. "Esse posicionamento no mercado pode auxiliar no crescimento e na sustentabilidade finan-

ceira do seu negócio. Não perca seu tempo arriscando em serviços que não vão atender as suas expectativas", salienta.

Ruberlândio O. Santos
Contribut Contabilidade
(11) 97089-6728
ros@contributcontabilidade.com.br
Calçada das Hortências, 43 - 1ª andar
Alphaville - São Paulo - SP

A CONTABILIDADE É FERRAMENTA DE GESTÃO E PODE AUXILIAR NO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO.



CONTABILIDADE É GESTÃO, É ESTRATÉGIA. É TRANSFORMAÇÃO.

A CONSULTORIA CONTÁBIL MAIS RECOMENDADA PELO MERCADO DE SAÚDE ANIMAL NO BRASIL.



CONTRIBUT
CONTABILIDADE

SOLUÇÕES CONTÁBEIS SOB MEDIDA PARA SUA EMPRESA.

CONTATE-NOS: +55 11 97089-6728 .
ROS@CONTRIBUTCONTABILIDADE.COM.BR
CALÇADA DAS HORTÊNCIAS, Nº 43 - 1º ANDAR
CENTRO COMERCIAL DE ALPHAVILLE,
BARUERI - SP CEP: 06453-017

COMO ESTÁ A SUA EMPRESA NO MUNDO DIGITAL?

A aptidão e a maturidade digital de uma empresa podem diferenciar e, assim, contribuir para um crescimento mais sustentável

É comum acreditar que, para transformar digitalmente uma empresa, você precisa apenas adotar as mais recentes tecnologias. Esta é uma verdade parcial. Isto porque o que precisa mudar não é apenas tecnologia utilizada, mas também como se organiza, opera e se comporta como organização.

A Transformação Digital é tanto sobre cultura organizacional, gestão de pessoas e sensibilidade às mudanças, quanto à adoção de tecnologias disruptivas aplicadas a novas metodologias de negócios. Um cenário desafiador, mas repleto de oportunidades também para o segmento de mídia de negócios, feiras e congressos, na visão da UBX Media & Events.

"Foram muitos meses em contato com o mercado, acompanhando o comportamento do setor veterinário e qualificando a nossa equipe para o lançamento de nossas iniciativas digitais, inclusive para a transformação digital de nossos projetos presenciais, tornando-os híbridos, mais criativos e inovadores. Nosso objetivo é garantir uma experiência de negócios memorável", afirma Adriano Souza, Diretor da Re-

vista e da feira de negócios ANIMAL HEALTH BUSINESS.

A Animal Health Business buscou a opinião de Marcelo Gaspar, Executivo de Relações com o Mercado Internacional da Feira Hospitalar, e líder de Comunidades da Hospitalar Hub, plataforma digital oficial do evento na Informa Markets, empresa reconhecida como a maior organizadora de eventos e plataformas digitais B2B para o setor da Saúde do mundo.

"Estamos em uma sociedade cada dia mais digital. A identificação pessoal com novas tecnologias, canais de conteúdo e acesso à informação em tempo real tem proporcionado benefícios inimagináveis para os consumidores que, por quase 18 meses, estiveram impedidos, ou enfrentaram uma mudança definitiva na relação comercial e interação com seus parceiros", afirma Gaspar.

Ao mesmo tempo, segundo ele, a adoção de metodologias ágeis, somado ao olhar cada vez mais dedicado às comunidades, tem apoiado a transformação digital na missão de dar voz e empoderar clientes internos e externos.

"Transformar digitalmente uma empresa ou instituição implica em um olhar mais crítico em relação à revisão contínua de processos. E neste cenário a disrupção, causada pelo digital, está se acelerando cada vez mais", analisa o executivo, que completa: "O gênio já saiu da lâmpada."

**ADRIANO SOUZA:
"A UBX MEDIA & EVENTS ESTÁ REMODELANDO O SEGMENTO, APOIANDO EMPRESAS A SE TRANSFORMAREM E EVOLUÍREM RAPIDAMENTE, APROVEITANDO AS OPORTUNIDADES DE MARKETING COMO JÁ OCORRE EM SAÚDE HUMANA"**



**MARCELO GASPAR:
"SEJA NO SETOR DA SAÚDE HUMANA OU NA SAÚDE ANIMAL, A INOVAÇÃO EXIGE UMA CULTURA CENTRADA NO CLIENTE QUE PROPORCIONE UMA EXPERIÊNCIA DIGITAL SIMPLIFICADA, CONTÍNUA E SATISFATÓRIA"**

"Não basta seguir as principais tendências com velocidade, a maturidade digital pode variar de empresa para empresa, mas, principalmente, as pessoas estão mais engajadas para garantir melhores experiências aos clientes em níveis de entrega, resultados e, principalmente, dedicados à humanização das relações digitais", lembra Marcelo Gaspar.

MELHORES PRÁTICAS

Mas o que é "digitalizar-se"?

Transformações digitais pode ser caracterizadas por acionar, ao menos, uma de quatro alavancas-chave de valor para os negócios:

1. Novos modelos de negócio;
2. Conectividade e engajamento em tempo real;
3. Processos - foco na experiência do cliente, automação e agilidade;
4. *Analytics* - melhor tomada de decisão e cultura de dados.

"É necessário um conjunto de melhores práticas de gestão que abrangem quatro dimensões fundamentais: Estratégia, Capacidades, Organização e Cultura", salienta o executivo da Feira Hospitalar.

Para Souza, as supertendências só estão começando em todos os setores e não vai ser diferente no mercado de Saúde Animal. "No que depender da UBX Media & Events, nós estamos remodelando o segmento, criando oportunidades abundantes, criando inovações sem precedentes."

"Ajudamos as empresas a se transformarem e a evoluírem rapidamente, aproveitando as oportunidades de marketing como já ocorre no mercado da Saúde Humana", salienta Souza.

A UBX Media & Events está construindo uma espécie de plataforma multicanal integrada, reunindo Feira, Congresso, Fóruns Empresariais híbridos, Revistas de Gestão, Tecnologia e Negócios, atrelados a um guia de fornecedores digital, classificados *online* de venda (um "OLX" exclusivo para o segmento).

"Além disso, trazemos uma plataforma de educação *on demand*, que vai contribuir tanto para a geração de conhecimentos 365 dias, como para fomentar práticas de empreendedorismo e de geração de renda para profissionais que quiserem compartilhar conhecimento", explica Souza.

COMPROMETER-SE COM A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL REQUER ADOTAR UMA MENTALIDADE EXPONENCIAL

DESAFIOS CORPORATIVOS

Marcelo Gaspar, que é um entusiasta do marketing digital no setor de feiras e plataformas digitais B2B, lembra que a transformação digital responde aos novos desafios do mundo corporativo.

Vale destacar alguns deles:

- Olhar para o futuro com papel de protagonismo;
- Planejar sinergias, diversificar e acelerar portfólio de iniciativas;
- Inovar e criar, com olhar escalável de uma *start-up*;
- Projetar, construir, testar rápido, errar rápido e corrigir sempre;
- Planejar, investir e expandir como uma empresa de capital de risco;
- Abraçar a transformação como uma nova abordagem de execução.

Frente a esse universo desafiador e instigante, comprometer-se com a transformação digital requer adotar uma mentalidade exponencial, lançando novos modelos de negócios orientados a fazer parte das atividades dos consumidores tecnologicamente embarcados.

"Seja no setor da Saúde Humana ou na Saúde Animal, a inovação também exige o estabelecimento de uma cultura centrada no cliente para proporcionar uma experiência digital simplificada, contínua e satisfatória", conclui Marcelo Gaspar.



EMPRESAS DE SAÚDE E NUTRIÇÃO ANIMAL PODEM ESTAR RECOLHENDO MAIS IMPOSTOS DO QUE PREVÊ A LEGISLAÇÃO

Possibilidade de redução da carga tributária sobre a folha de pagamento pode trazer um alívio ao caixa da companhia

O ano passado, com a pandemia gerada pela disseminação da Covid-19, a grande maioria dos setores da economia enfrentou imensas dificuldades. Foram poucos os que apresentaram um desempenho positivo frente à crise e um deles foi o de saúde e nutrição animal. Ele cresceu mais de 10% em relação ao ano anterior, ultrapassando a marca dos R\$ 40 bilhões* em faturamento.

Com uma população superior a 140 milhões de animais de estimação, o Brasil responde hoje pelo terceiro lugar no ranking mundial de faturamento nesse setor - atrás apenas dos Estados Unidos e da China -, segundo a consultoria Euromonitor, que projeta uma expansão deste mercado da ordem de 40% até 2025.

O que muitas empresas que atuam neste segmento, sejam elas de grande, médio e pequeno porte, desconhecem que existe a possibilidade de uma significativa redução da carga tributária sobre a folha de pagamento, gerando assim alívio imediato ao caixa da companhia.

"Caso os recolhimentos tenham sido feitos a maior, os valores relativos aos últimos 5 anos poderão ser recuperados." O alerta é de Henry Carlos Fernandes Antunes, advogado especialista em Direito

do Trabalho e Direito Previdenciário, também sócio-diretor da HC Assessoria em Recuperação de Créditos Tributários - empresa fundada em 2015, apta a fornecer orientação para companhias dos mais diversos segmentos em recuperação de créditos tributários.

Pela complexidade da legislação brasileira, muitas vezes as empresas acabam pagando mais impostos do que os previstos em lei. "Nossa experiência aponta que nove entre dez empresas que procuram a nossa orientação têm valores a receber, que podem gerar um impacto muito positivo em seus fluxos de caixa", destaca o diretor da HC Assessoria.

"É fundamental que as organizações busquem uma orientação segura sobre os procedimentos mais adequados para a apuração dos tributos. Através de uma interpretação sistemática da legislação e da análise dos precedentes consolidados no âmbito administrativo e judicial, elas podem recuperar valores pagos indevidamente ou a maior de INSS já nas competências subsequentes, gerando alívio imediato ao caixa da empresa, além de construir uma estratégia tributária consistente e segura para o futuro", conclui Antunes.



CASO OS RECOLHIMENTOS TENHAM SIDO FEITOS A MAIOR, OS VALORES RELATIVOS AOS ÚLTIMOS CINCO ANOS PODERÃO SER RECUPERADOS

Henry Antunes,
HC Assessoria

VIVA AS “DIFERENÇAS” NO MUNDO CORPORATIVO!

Práticas focadas na promoção da Diversidade, Equidade & Inclusão (DE&I) ganham espaço no meio empresarial, inclusive no setor de Saúde Animal



“ESTAMOS PASSANDO POR TREINAMENTOS PARA COLOCARMOS TODOS NA MESMA PÁGINA NA ZOETIS, EM TERMOS DE CONHECIMENTO SOBRE DE&I”

Ana Cíntia Avelar

Uma empresa melhor é aquela que é mais diversa, equitativa e inclusiva. Como o futuro é o resultado dos investimentos de hoje, construir um ecossistema eficaz para negócios que foque nesses três quesitos é um esforço colaborativo que fortemente contribui para organizações (e sociedade) melhores.

Às portas da terceira década do Século XXI, esse tema ganha força no mundo corporativo, com relevância cada vez maior nas grandes e até nas médias empresas. Um processo de ruptura, uma vez que a segregação é uma marca histórica na nossa sociedade e os resquícios dela se refletem até os dias de hoje, tanto nas companhias no Brasil, como no mundo.

CULTURAS DIVERSIFICADAS = RESULTADOS MELHORES

Diante do surgimento de novos paradigmas no meio empresarial, Diversidade, Equidade & Inclusão (DE&I) passaram a ser palavras da ordem. Bom para todos, inclusive para as próprias empresas. É que as organizações multiculturais, com profissionais multidisciplinares, com diferenças de gênero, origem étnica e faixa etária, são mais criativas, produtivas e, conseqüentemente, mais rentáveis.

As empresas com culturas diversificadas e inclusivas têm 33% mais chances de superar seus concorrentes (Forbes) e 87% de tomar melhores decisões (*Harvard Business Review*).

Promover a diversidade é algo correto a ser feito, motiva os empregados e, com certeza, é bom para os negócios. Porém, tornar-se uma organização inclusiva é um desafio que precisa de envolvimento, comprometimento e disponibilidade da alta gestão para que os colaboradores sejam vistos e reconhecidos por seu talento e não por sua etnia, origem, credo, gênero, orientação sexual ou limitação física.

No Brasil, como em outras partes do mundo, companhias de diferentes segmentos estão adotando práticas voltadas à DE&I em seu modelo de gestão, como o setor de Saúde Animal.



“NA ELANCO, VALORES COMO EMPATIA, RESPEITO, APRENDIZAGEM, COLABORAÇÃO E TOLERÂNCIA SÃO PARA TODOS”

Adriana da Silva

RESPEITO, EQUIDADE E NÃO DISCRIMINAÇÃO

Em Saúde Animal, esses temas ainda têm bom caminho para percorrer. “Melhorar o índice da nossa empresa em diversidade e inclusão nesse setor tende a ser prioridade cada vez maior”, afirma Ana Cíntia Avelar, diretora de Recursos Humanos da Zoetis no Brasil.

Há mais de um ano, esse movimento ganhou força na Zoetis, que passou a investir muito na jornada educacional de Diversidade, Equidade e Inclusão. “Estamos passando por treinamentos para colocarmos todos na mesma página em termos de conhecimento. Estamos aterrissando esses conceitos, trazendo para a prática.”

O trabalho tem sido centrado em três situações que são reconhecidas no código de conduta da organização: respeito, equidade e não discriminação. Para isso, um guia de recrutamento para os gestores foi criado, trazendo orientações práticas para a liderança ser cada vez mais inclusiva, à medida em que:

- Demandar a diversidade de candidatos no processo de recrutamento;
- Incluir pares no processo de decisão e recrutamento;
- Estimular todos a compartilharem seu ponto de vista em relação ao tema discutido;
- Engajar toda a equipe no processo de decisão;
- Dar *feedbacks* constantemente e evitar piadas sensíveis a grupos sociais.

Além disso, o desenvolvimento de metas de DE&I está em andamento na Zoetis, implementando um comitê local, em que colegas apresentam sua visão sobre o assunto e trazem experiências e discussões, promovendo a troca e o debate entre líderes e as equipes em DE&I. *Workshops* em datas comemorativas para discutir o tema com toda a organização também estão previstos.

INICIATIVAS EM DE&I

Na Elanco, Adriana Carla S. da Silva, diretora de Recursos Humanos para o Brasil e Cone-Sul da companhia, a cultura de diversidade, inclusão e equidade tem sido promovida junto aos parceiros de negócios e clientes, valorizando um ambiente corporativo cada vez mais plural. “Valores como empatia, respeito, aprendizagem, colaboração e tolerância são para todos”, diz a gestora.

A partir desse propósito, a Elanco incorporou às boas práticas já desenvolvidas pela empresa o trabalho de um Comitê de Diversidade e Inclusão, criado em 2020. Atuando em parceria com o time de RH, o comitê já rendeu frutos interessantes: “nos últimos dois anos, contratamos menores aprendizes em situação de refúgio, e estagiários não-binários e negros, por exemplo”, relata Adriana.

Já em 2021, apenas no primeiro semestre, a Elanco já realizou diversas iniciativas virtuais, como a “Roda de Conversas” entre colaboradores, além da elaboração de um vídeo que promove a reflexão sobre a atuação feminina na companhia.

“Isso sem falar da produção de conteúdo para as redes sociais e ferramentas de comunicação interna da empresa, envolvendo temas relevantes como o racismo, a LGBTfobia, e a conscientização sobre o autismo. Estamos sempre incentivando o diálogo sobre tais temas”, diz Adriana.

Que essas ações já adotadas por algumas empresas se alastrem por toda a cadeia de Saúde Animal.

GESTÃO DE PESSOAS EM TEMPOS DE PANDEMIA

Confira algumas práticas adotadas pelo RH no setor de Saúde Animal para o enfrentamento da Covid-19



Com o avanço da vacinação da Covid-19 no Brasil, a expectativa é que, no momento certo, todas as atividades possam voltar à normalidade. Porém, apesar de o segundo semestre de 2021 trazer esperança de superação gradativa da pandemia, não há como se esquecer dos impactos provocados por essa doença desde sua disseminação global, no início de 2020.

Todas as organizações, de diferentes portes, foram afetadas, tendo que se adaptar. Isso impôs um grande desafio à gestão de pessoas das empresas, independente do segmento de atuação.

"Em um primeiro momento, por exemplo, nos deparamos com o desafio de criar estratégias para oferecer suporte às pessoas", relata Adriana Santana da Silva, diretora de Recursos Humanos para o Brasil e Cone-Sul da Elanco.

De acordo com ela, a companhia criou um comitê de crise para monitorar os casos de funcionários com a doença, bem como para a tomada de decisão sobre a conduta da empresa em cada uma das fases da pandemia.

"Também conduzimos os ajustes necessários ao espaço físico e fluxo do escritório, em caso da necessidade de utilização; a definição de regras para a força de vendas e manufatura (com parceria da área de HSE – *Health Safety and Environment*); a revisão de políticas e procedimentos para adequação à nova realidade etc. Outro ponto importante foi o preparo dos líderes para gerenciar suas equipes nesse formato", relata.

A Elanco já tinha uma cultura de flexibilidade e autonomia mesmo antes da pandemia, assim como já adotava o *home-office*, "mas o que vivemos hoje exigiu de todos nós algo bem além".

SUPERAÇÃO DOS DESAFIOS

Para a Zoetis, foram três os grandes desafios no enfrentamento da pandemia, segundo a diretora de RH da companhia no Brasil, Ana Cíntia Avelar:

1) Suportar os líderes a gerenciarem as suas equipes no trabalho remoto;

2) Revisitar e atualizar as políticas internas rapidamente e de acordo com a legislação – "lembrando que a CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas) não se ajusta na mesma velocidade";

3) Cuidar do bem-estar dos colegas e de sua saúde mental.

De acordo com Ana Cíntia, a Zoetis tem respeitado todas as orientações dos órgãos competentes durante a pandemia. "Para isso, no começo adotamos protocolos de segurança e o teletrabalho para as funções que o permitiam. Além disso, demos suporte aos funcionários que estão em campo, oferecendo equipamentos de proteção. Os colegas somente saem às ruas quando em sua localidade é permitido e nós os deixamos confortáveis para decidir sobre isso. Só se expõem quando extremamente necessário e caso se sintam seguros", afirma.

Para os colaboradores que enfrentaram problemas psicológicos, a empresa também ofereceu suporte e orientações. Além disso, criou um portal de Saúde e Bem-Estar, em que disponibilizou inúmeras informações.

Na MSD Saúde Animal, a preocupação com a pandemia se baseou em três pilares: colaboradores, clientes e sociedade. Uma das prioridades da empresa, segundo Anai Tombolato, gerente de Recursos

Humanos da companhia, foi oferecer uma série de iniciativas com foco nos temas ligados à Saúde Mental e Bem-Estar, como *workshops* e encontros virtuais com psicólogos especializados em temas como luto, ansiedade, estresse, qualidade de vida etc.

"Em relação à nossa rotina, implementamos algumas ações ligadas à promoção da qualidade de vida no trabalho, como, por exemplo, a quarta-feira sem reuniões, reuniões limitadas até 45 minutos de duração e encerramento do expediente de trabalho nas sextas, às 15h", relata.

E O RH NO PÓS-PANDEMIA?

Para Adriana, as turbulências provocadas pela pandemia trouxeram mudanças para a gestão de pessoas. "Sabemos que mesmo com toda a transformação que o ambiente de trabalho já vinha sofrendo, ainda havia pessoas resistentes à prática do *home-office*. No entanto, a pandemia mostrou que é sim possível trabalhar à distância e, ainda assim, ser produtivo", diz a gestora da Elanco.

No entanto, ela acredita que no futuro haverá um equilíbrio entre os modelos presencial e remoto de trabalho, "pois sabemos que essa dinâmica ocasionada pela pandemia também tem gerado dificuldades, pois não se trata de um *home-office* comum", analisa Adriana.

Na visão de Ana Cíntia, no pós-pandemia, os processos de gestão de pessoas precisam passar por algumas adaptações porque os desafios mudaram. Ela cita alguns pontos que sofreram transformações e podem continuar:

- Home-office;
- Processos de recrutamento e seleção remotos;
- A preocupação com a saúde – "é importante que os colegas mantenham uma rotina saudável e devemos apoiá-los porque os reflexos da pandemia não vão desaparecer tão rapidamente na questão de saúde mental. O gestor precisa ser mais

sensível com suas equipes, saber ouvir e manter uma relação humanizada com cada um";

- Investimento em muita comunicação para estar perto dos colaboradores;

- Bem-estar e qualidade de vida – "investimentos em benefícios internos, como palestras sobre bem-estar, yoga e meditação para os colegas, a fim de evitar o *burnout* e doenças relacionadas à saúde mental, bem como fortalecer o auto-conhecimento".

NOVOS HORIZONTES

Na MSD Saúde Animal, a pandemia estimulou o investimento em democratização do conhecimento, com o fortalecimento de iniciativas como a Universidade Corporativa e o MBA. Segundo Anai, essas, entre outras ferramentas, viabilizam a formação profissional das pessoas, desenvolvendo suas habilidades e competências, além de impulsionar ainda mais a inovação na companhia.

Isso está em sintonia com a política de gestão de pessoas da MSD Saúde Animal: "acreditamos que as pessoas são o grande diferencial de qualquer organização para fortalecer o negócio. É uma das partes mais estratégicas da empresa, principalmente agora em que estamos trilhando a jornada de transformação digital, o que significa trazer mais do que produtos e medicamentos veterinários, e também soluções inovadoras e tecnológicas para o mercado", salienta Anai.

Ela conta que, na pandemia, o desafio da empresa foi propor novos horizontes aos colaboradores, impactando positivamente o mercado. Essa aposta da MSD Saúde Animal em pessoas se traduziu em números: "a empresa se adaptou muito bem ao novo cenário e isso só aconteceu graças ao envolvimento de cada colaborador. O resultado foi que a MSD Saúde Animal obteve um crescimento de 5% em 2020, em comparação com 2019", comemora.



"ACREDITAMOS QUE AS PESSOAS SÃO O GRANDE DIFERENCIAL DE QUALQUER ORGANIZAÇÃO PARA FORTALECER O NEGÓCIO"

Anai Tombolato

A LGPD NO SETOR DE SAÚDE ANIMAL

Todos os segmentos que lidam com dados precisam se adaptar. Inclusive todos os elos da cadeia médico-veterinária, como hospitais, clínicas, laboratórios

ADAPTAÇÃO VISUAL E MUDANÇA DE CULTURA

Uma lei de Proteção de Dados chega para movimentar todas as atividades econômicas no país. Com o objetivo de regulamentar a forma como os dados de cada indivíduo são tratados e resguardar os direitos à privacidade, liberdade e honra, a Lei 13.709/2018, também conhecida como Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), entrou em vigor em 18 de setembro de 2020.

Os segmentos que lidam com dados precisam se adaptar. Inclusive todos os elos da cadeia médico-veterinária, como hospitais, clínicas, laboratórios.

Segundo essa nova legislação, os dados de um cliente ou paciente só podem ser usados perante autorização prévia dos mesmos, por mais simples que seja o objetivo. Empresas de todos os setores também devem ser transparentes quanto ao objetivo e forma que utilizam as informações pessoais de seus clientes.

As punições passaram a ser válidas a partir de agosto de 2021. Por isso, as empresas que ainda não se adequaram precisam buscar informações sobre o tema e tomar as devidas providências.

A fiscalização e a sanção ficam a cargo da Autoridade Nacional da Proteção de Dados (ANPD).

Giovani Saavedra, professor especializado em Compliance e sócio da Saavedra & Gottschefsky, é um dos maiores especialistas no assunto no Brasil. "Não menosprezem a importância dessa Lei. Ela vai mudar profundamente a maneira de fazer negócios e gerir empresas no país".

Segundo ele, a LGPD é um desafio, mas também uma oportunidade: "se, por um lado, exige das empresas adequação e mudança de cultura, por outro viabiliza oportunidades".

As organizações estão se ajustando às determinações da Lei, o que exige, inclusive, um forte trabalho de capacitação dos colaboradores.

"Assim como todo o setor corporativo, o segmento de Saúde Animal como um todo enfrenta obstáculos. Existem vários "hábitos" de mercado que não devem mais ser praticados e o exemplo mais básico é a utilização de nomes de pacientes em notas fiscais para fins de faturamento. Essa prática simples requer mudanças complexas, dado que a interpretação literal da lei deixa clara que essa prática tem uma permissão muito mais limitada e restrita. Isso sem contar o envio de prontuários por e-mail ou aplicativos de mensagens. Essa e outras práticas não são mais permitidas e exigem uma

adequação do segmento como um todo".

As mudanças, trazidas pela LGPD, trazem benefícios, de certa forma: o uso de dados era feito de maneira muito amadora e até prejudicava o consumidor. De maneira geral, as empresas e organizações do segmento agora são obrigadas a mudar e se profissionalizar. Nesse sentido, todos ganham.

Uma dica para as instituições do setor de Saúde Animal se adaptarem é buscando assessoria especializada.

O USO DE DADOS ERA FEITO DE MANEIRA MUITO AMADORA E ATÉ PREJUDICAVA O CONSUMIDOR. DE MANEIRA GERAL, AS EMPRESAS E ORGANIZAÇÕES DO SEGMENTO SÃO OBRIGADAS A MUDAR E SE PROFISSIONALIZAR



INFORMAÇÕES PROTEGIDAS

Com a LGPD, não é mais possível compartilhar dados dos clientes sem o consentimento deles, a não ser que a utilização das informações seja de extrema necessidade para o andamento das atividades contratadas, como nos casos dos planos de saúde.

Resumidamente, as informações pessoais fornecidas digitalmente, em papel ou qualquer outro meio, também estão protegidas pela LGPD.

E qualquer dado que identifique um indivíduo deve ser protegido, como nome completo, CPF e RG. A proteção também inclui dados como raça, religião, opinião política e sexualidade. Dados sem identificação direta também podem receber a proteção da legislação.

A utilização dos dados só é possível em caso de consentimento do cidadão. Fora isso, a proteção é cabível. Confira os principais impactos da LGPD na rotina de uma empresa, segundo o Portal do Sebrae.

1. Impacto na relação e na comunicação com o cliente

É como se faz para montar a estratégia de negócio, de modo a conseguir os dados que precisa sem perder esse cliente de vista. Para isso, é preciso construir a sua política de proteção e segurança de dados de forma clara, concisa, e com

linguagem acessível, que ele possa compreender e confiar no que se está dizendo.

2. Impacto direto na coleta e na análise desses dados pessoais

Talvez seja preciso desprender um pouco de recurso para tornar a proteção desses dados efetiva e para tornar a base de dados segura, de modo que não haja violação, porque a violação gera sanção e pode gerar prejuízo. Então é mais vantajoso investir em proteção de dados do que arriscar uma eventual finalidade.

3. Impactos na rotina dos colaboradores da empresa

É importante determinar os princípios básicos da Lei e manter o corpo de colaboradores atualizado sobre o que a lei diz, para que o cliente se sinta seguro em fornecer os dados e para que se tenha uma base de dados segura.

4. Impacto nos custos

Com adequação das dicas na empresa ou com multas e penalidades. Portanto é melhor investir em prevenção, para proteger os dados do cliente e ter uma base de dados segura, do que arriscar sofrer uma penalidade.

É MELHOR INVESTIR EM PREVENÇÃO, PARA PROTEGER OS DADOS DO CLIENTE E TER UMA BASE DE DADOS SEGURA, DO QUE ARRISCAR SOFRER UMA PENALIDADE.

Giovani Saavedra

PET HOTEL 5 ESTRELAS: HISTÓRIA DE EMPREENDEDORISMO NO MERCADO PET

Nessa edição em que prestamos homenagem a mulheres que se destacam no setor, conheça Renata Pereira, empresária visionária que implantou em São Paulo um dos maiores hotéis para pets do país

O Pet Hotel Dog Life não é apenas um dos maiores e mais conceituados hotéis para animais de companhia do Brasil. É fruto de uma história de trabalho e superação.

Tudo começou em 2008, quando o mercado pet expandia no Brasil, ao mesmo tempo em que algumas novidades na área se consolidavam nos Estados Unidos e na Europa. Antenada a esse mercado, Renata Gomes Pereira decidiu apostar em um sonho: construir um mundo melhor para os animais e facilitar a vida de seus donos. Assim que nasceu o Pet Hotel Dog Life em 2008.

Mesmo não sendo médica-veterinária, não apenas decidiu empreender na área, como fez questão de inovar: transformou o empreendimento em um hotel 5 estrelas para pets, em que tutores podem deixar seus animais com segurança enquanto resolvem compromissos diários ou fazem uma viagem, por exemplo.

"Em 2009, quando começamos, o país tinha uma população de 78 mil animais domésticos. Hoje essa população é de 140 milhões, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Produtos de Animais de Estimação, e com um mercado de bilhões", diz Renata.

Hoje, o Brasil está em segundo lugar em números de animais de estimação no mundo e, em muitos lares, cães e gatos são tratados como família, e seus tutores não medem esforços para oferecer o melhor para seus "filhos pets".



Renata: "tratamento humanizado para os animais de estimação"

COMPROMISSO COM A EXCELÊNCIA

Para atender esse tutor cada vez mais exigente, "implantamos um tratamento humanizado para os animais de estimação e, com isso, conquistamos confiança e credibilidade. Nosso desafio é sempre buscar a excelência dos serviços, superando os obstáculos e procurando introduzir os melhores produtos e inovações para nossos clientes", diz.

Em uma estrutura de 1.500 m², com piscinas, áreas gramadas e arborizadas, consultório, dormitórios e sala de estética, o hotel conta com um grupo de colaboradores experientes que supervisionam as atividades realizadas com os pets, além da assistência de médicos-veterinários experientes.

Com atendimento de domingo a domingo, o pet hotel oferece serviços como de táxi-dog, creche e hotelaria 24 horas, além de contar com parceiros em diferentes áreas, como hospitais, clínicas, *petshops* e laboratórios.

O segredo do sucesso do Pet Hotel Dog Life está no estilo de gestão de Renata à frente do empreendimento. No time, 90% dos colaboradores são mulheres. "Isso nos ajuda a manter um laço afetivo e familiar na convivência entre nosso time e os tutores", diz. Segundo ela, as mulheres têm foco no trabalho do dia a dia, resiliência frente às adversidades e compromisso com a excelência.



2009
DESDE



5.347
CLIENTES ATENDIDOS



4.739
PETS HOSPEDADOS



1.700
ESTRUTURA M²



SUA EMPRESA, PESHOP, CLÍNICA OU HOSPITAL VETERINÁRIO

PODE SER PARCEIRO DO MAIOR
PET HOTEL DE SÃO PAULO.

Banho e tosa, taxi dog, natação, ofurô, fisioterapia, massagem, acupuntura, atendimento médico-veterinário, espaço para lançamentos de produtos, brand experience, palestras e muito mais...

CONTATE-NOS

+5511 2041-3915
pethoteldoglife@gmail.com

Pet Hotel  Dog Life



Av. Amador Bueno da Veiga,
4800 - Penha - São Paulo - SP



@PetHotelDogLife

O PODER DA COMUNICAÇÃO VISUAL PARA ESTABELECIMENTOS VETERINÁRIOS

Confira *insights*, conceitos e opiniões sobre como a comunicação visual pode fazer a diferença para o sucesso no segmento Vet e Pet



“DE VETERINÁRIO PARA VETERINÁRIO, A COMUNICAÇÃO VISUAL IMPULSIONA OS NOSSOS NEGÓCIOS”

João Colombo

Já imaginou uma clínica, hospital, centro de diagnóstico e laboratórios veterinários sem comunicação visual? São estabelecimentos sem ter como se destacar entre seus concorrentes e, muito menos, poder comunicar-se visualmente com seu público.

Impossível, né? Mas acredite, existe. Mas a Revista Animal Health Business procurou um especialista no assunto: o zootecnista e médico-veterinário de formação e especialista em comunicação visual, João Colombo, proprietário da LuminiS e da Topp Comunicação Visual - empresas especializada em fachadas e soluções gráficas.

E ele salienta que, para se ter destaque nesse mercado cada vez mais competitivo, é importante os profissionais expandam suas mentes sobre a importância da comunicação visual, visando fortalecer a presença em um dos segmentos que mais crescem no Brasil, o setor de serviços de Saúde Animal.

OS NÚMEROS FALAM POR SI!

A comunicação visual começa na marca, caracterizada pelo logotipo, na corporação e no ponto de venda (PDV). Colombo comenta que um estudo recente do Sebrae-SP comprova que investir em comunicação visual, modernizando e melhorando a identidade da marca, faz com que as empresas alcancem um aumento de 15% a 45% nas vendas e no faturamento, patamar que varia conforme o segmento de atuação. “As empre-

sas que apostam na comunicação visual, tanto interna como externa, têm um acréscimo no faturamento médio de 30%.”

O executivo e médico-veterinário ainda lembra que clínicas, hospitais, laboratórios e centros de diagnóstico, *petshops*, incluindo franquias do segmento vet e pet, entram nessa porcentagem. Portanto, com a comunicação visual, têm o poder de estimular seus consumidores para que se interessem pelo seu produto ou serviço.

Para Anderson Matsuo, proprietário da LuminiS e da Topp Comunicação Visual, “em nossa experiência na criação e desenvolvimento de fachadas em ACM e soluções de comunicação visual para grandes marcas, como Burger King, Vivo, Oi, Lavosier, JS Multimarcas, Hospital São Cristovão, entre outras, percebemos que a atração de novos clientes aumenta em mais de 40%. É essencial que sua marca esteja visível aos olhos do seu público, criando um diferencial que vai além dos serviços, além dos produtos, dos preços, do atendimento, mas a experiência visual também tem o poder de gerar a primeira boa impressão.”

Como o segmento médico-veterinário é um ambiente bastante competitivo, não basta apenas fazer o seu melhor em serviços de assistência médica-veterinária. A comunicação visual é estratégica para que seu estabelecimento se destaque entre seus concorrentes”, pontua Anderson Matsuo.

COMUNICAÇÃO VISUAL vs. PONTO DE VENDA

Relacionado com o marketing do estabelecimento veterinário, o PDV não tem apenas o compromisso de expor seus produtos. “Tem também a responsabilidade de passar a primeira impressão da marca e transmitir segurança para seu cliente. E tudo começa com a área externa do estabelecimento, depois tem a recepção e aí é que vem o atendimento, os serviços, o pós-vendas”, relata o médico-veterinário João Colombo, que também é proprietário de clínicas e *petshops*.

A comunicação visual do ponto de venda é a forma mais direta que a clínica ou *petshop* tem para proporcionar uma experiência marcante com o cliente e tutor. Cria-se um relacionamento que garante interesse por seus produtos e por sua marca. Tem a função de mostrar os produtos e a precificação com clareza, além de garantir credibilidade, conforto e experiência com os clientes - cerca de 70% da escolha do estabelecimento está na percepção vinda de uma estratégia de comunicação visual bem planejada e definida. “Entre as estratégias que estimulam essa escolha, a comunicação visual auxilia para que essa decisão seja assertiva”, ressalta Matsuo.

Nossa Revista também foi visitar alguns conceitos produzidos pela LuminiS e pela Topp. Colombo nos apresentou um conceito de Hotel para pets localizado na Zona Leste de São Paulo, o Pet Hotel Dog Life. O lugar chama a atenção pela estrutura, quantidade e qualidade de serviços. E o grande impacto gerado pela fachada se encarrega de atrair os clientes, explica o empresário. Além disso tudo, relacionar-se com seu público é ótimo, mas envolver criatividade nessa estratégia torna tudo mais dinâmico e atrativo. Pode apostar!



“A COMUNICAÇÃO VISUAL ESTIMULA OS CONSUMIDORES A SE INTERESSAREM PELO SEU PRODUTO OU SERVIÇO”

Anderson Matsuo



DESPERTE O POTENCIAL DA SUA CLÍNICA, HOSPITAL VETERINÁRIO OU PESHOP

Somos especialistas em comunicação visual e fachadas em ACM. Atuamos há mais de 20 anos no mercado, sendo a empresa mais recomendada para projetos em estabelecimentos pet e vet!


Fachadas e Revestimento em ACM, Impressão Digital, Letras Caixa, Adesivos, Luminosos e Painéis, Router, Serviços Gráficos, Toldos, Coberturas, Totens, Back Light e Front Light.



FACHADAS EM ACM PARA O MERCADO PET E VETERINÁRIO



SINTA A FORÇA DA NOSSA **COMUNICAÇÃO VISUAL**

 SOLICITE UM ORÇAMENTO: +55 (11) 3628-7470 . +55 11 95170-8546
AV. SÃO MIGUEL, 1781 - PENHA DE FRANÇA, SÃO PAULO - SP, 03619-100



FAÇA PARTE DA PRÓXIMA EDIÇÃO! PUBLICIDADE TAMBÉM É CONTEÚDO

Anuncie e garanta visibilidade e autoridade para a sua empresa, produtos e serviços.

CAPA:

Perspectivas setoriais para 2022

- Sob o olhar dos Heads, quais são os desafios e oportunidades do setor da Saúde Animal?
- O balanço de 2021
- Panorama econômico para 2022
- Tendências de mercado: lançamentos, inovações, negócios, gestão e tecnologias

GESTÃO:

- Quem é Quem? Conheça os mais influentes proprietários(as) de clínicas e hospitais veterinários no Brasil

SAÚDE NUTRICIONAL:

- Mercado, tendências e inovações

INVESTIMENTOS:

- Conheça empresas de produtos e serviços veterinários na Bolsa de Valores

PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS:

- 1º Anuário de Sustentabilidade da cadeia de Saúde e Nutrição Animal

DIVERSIDADE & INCLUSÃO

- Conheça mulheres que são referência no setor

TECNOLOGIA:

- Avanços em diagnósticos laboratorial e de imagem

INOVAÇÕES FARMACÊUTICAS:

- Terapêuticos que estão revolucionando o cuidado dos animais

CONFIRA AINDA:

LOGÍSTICA & SUPPLY CHAIN

COMPLIANCE

CARREIRA E PROFISSÕES:

DO ZERO AO TOPO:

- Conheça profissionais do setor que respiram o empreendedorismo

EMPREENDEDORISMO NA SAÚDE ANIMAL

AGROVET:

O papel da indústria da Saúde Animal e do médico-veterinário para o sucesso do agronegócio

VIAGENS E ENTRETENIMENTO

LIFESTYLE



REALIZAÇÃO:



ANUNCIE: 11 2547-2800 11 99711-4500



A SUSTENTABILIDADE COMO FERRAMENTA DE GERAÇÃO DE VALOR EM SAÚDE ANIMAL

Como as organizações que atuam no segmento veterinário podem gerar valor através de práticas sustentáveis em um mundo em transformação

“A PARTIR DAS PRINCIPAIS DIRETRIZES DE SUSTENTABILIDADE NA SAÚDE, É POSSÍVEL ANTECIPAR TENDÊNCIAS E AMEAÇAS E ENGAJAR PÚBLICOS DE INTERESSE EM TODOS OS DESAFIOS ATUAIS E FUTUROS NA SAÚDE ANIMAL, QUE NÃO SÃO POUCOS”

Rodrigo Henriques, Especialista em Sustentabilidade na Saúde com projetos nos principais players do setor no Brasil

Ao longo dos últimos anos, após desenvolver inúmeros projetos de sustentabilidade para hospitais, operadoras de saúde e indústria farmacêutica, percebi que os mesmos projetos podem ser aplicados em clínicas veterinárias, hospitais veterinários e toda a indústria de insumos e materiais veterinários.

Aliás, esse setor tem ainda uma grande jornada a percorrer para garantir a necessidade das suas partes interessadas (*stakeholders*), no presente e no futuro. Entende-se por partes interessadas ou "*stakeholders*" todas as pessoas e organizações que impactam e são impactadas pelas organizações de Saúde Animal como, por exemplo, veterinários, clientes, funcionários, fornecedores, comunidade, órgãos reguladores, governo, entre outros.

Foi em 1987 que o conceito de sustentabilidade, da forma como é entendido hoje, surgiu, a partir de um estudo encomendado pela Organização das Nações Unidas (ONU) à então primeira-ministra da Noruega, Gro Brundtland. O trabalho foi publicado sob o nome "Relatório Brundtland", ou "Nosso Futuro Comum", e ficou mundialmente conhecido por definir que ser sustentável é conseguir prover as necessidades das gerações presentes sem comprometer

a capacidade das gerações futuras em garantir suas próprias necessidades.

Seguindo esta definição, você, leitor, consegue enumerar quantas organizações de saúde animal que, de forma transparente e ativa, estejam se concentrando no longo prazo em seus desempenhos econômicos, ambientais e sociais, de forma integrada e simultânea? E mais, comunicando isso às suas partes interessadas?

Surpresa ou não, o Brasil vem se destacando no cenário internacional, pois cada vez mais organizações de saúde humana têm publicado relatórios de prestação de contas, como no padrão GRI (*Global Reporting Initiative*), o que faz com que nosso país lidere o ranking de produção destes relatórios, embora exista ainda grande necessidade de se aprimorar a qualidade desta prática. Esta iniciativa ainda não é tão comum nas organizações de Saúde Animal.

A partir das referências das principais diretrizes de sustentabilidade na saúde, é possível antecipar tendências e ameaças e engajar públicos de interesse em todos os desafios atuais e futuros do setor de Saúde Animal, que não são poucos.

Um projeto voltado para a sustentabilidade identifica, mensura e



gerencia uma série de indicadores de forma sistêmica, que vão muito além do seu desempenho em termos de qualidade ou apenas econômico, pois abrange aspectos de governança corporativa e estratégia (passando também por itens sobre conformidade e práticas de gestão ambiental), assim como por todo o impacto social da operação, sob a perspectiva de suas relações com trabalhadores, com a comunidade, com clientes e até mesmo com a concorrência.

Perguntar-se quais são os temas relevantes para a sustentabilidade em sua organização de Saúde Animal é o primeiro passo. E conhecer o que tem sido feito por várias organizações que já adotam esta prática corrobora para demonstrar como é possível começar e obter resultados significativos, no mínimo em termos de autoconhecimento e visão de futuro.

As organizações de Saúde Animal podem trabalhar os temas da seguinte forma:

- 1. Governança corporativa** (Estruturas, papéis e responsabilidades - *Compliance* e Risco);
- 2. Estratégia** (Políticas, Planejamento estratégico e Compromissos voluntários);
- 3. Gestão:**
 - a) Ambiental

(água, energia, resíduos e emissões de CO₂);

b) Social;

b1) Social - Práticas trabalhistas (Saúde e segurança do colaborador, treinamento e desenvolvimento dos colaboradores, clima organizacional, relação de trabalho com médicos-veterinários de forma justa, remuneração);

b2) Social - Direitos Humanos (Discriminação, trabalho infantil e trabalho escravo);

b3) Social - Sociedade (Impacto da organização de Saúde Animal na sociedade, Políticas públicas e Corrupção);

b4) Social

Responsabilidade pelo Serviço (Saúde e segurança do animal, Qualidade dos serviços, Satisfação do cliente, Propaganda e marketing de acordo com a legislação vigente e Certificações);

c) Econômica

(Desempenho financeiro e impactos econômicos indiretos);

d) Fornecedores

(Integridade na cadeia de fornecedores);

Certamente as organizações de Saúde Animal que trabalham estas questões terão menos riscos e maior valor de mercado no médio e longo prazo.

“PERGUNTAR-SE QUAIS SÃO OS TEMAS RELEVANTES PARA A SUSTENTABILIDADE EM SUA ORGANIZAÇÃO DE SAÚDE ANIMAL É O PRIMEIRO PASSO”

*GRI (Global Reporting Initiative) – Organização sem fins lucrativos que define diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade.

Sua empresa do setor veterinário já publica Relatório de Sustentabilidade?


O relato permite comunicar
seu desempenho socioambiental
e estabelecer metas de melhoria
para uma operação
mais sustentável.

Essa é nossa expertise!

* Índices ESG | * Indicadores GRI



Faça como a Infowiser Events

Posicione suas marcas no mercado com estratégia 

Para saber mais,
entre em contato.

(11) 11 2547-2800
(16) 99717-1680
taktos.com.br



(11) 99408-3253

Transforme o planejamento de marketing em inteligência e performance.

A Infowiser Business Events oferece um conjunto de soluções integradas ao mercado, que nos permite criar e operar campanhas *online* e *offline*.

Realizamos feiras, congressos, mídias e plataformas digitais de educação *on demand*, e classificados e guia de fornecedores.

Para isso, aplicamos conhecimento customizado à realidade de cada marca, produto ou organização, seja em ambientes físicos ou virtuais. Isto é transformação!

A Infowiser Business Events impulsiona o crescimento de negócios por meio de:

- B2B Events;
- Business Media;
- B2B Digital Solutions;
- Marketing Consulting;
- Sponsorship Planning.

**Invista no que
lhe traz ROI!**
Saiba mais em
infowiser.com.br



WHITECOATHUB.COM

A COMUNIDADE DA SAÚDE ANIMAL RECONNECTADA

Chegou WhitecoatHub.com, o novo Guia de Fornecedores Digital da Saúde Animal.

Com o **WhitecoatHub** juntamos nossa especialidade de promover conexões B2B à nossa expertise em tecnologia digital, baseada em Big Data e Inteligência Artificial, para impulsionar negócios.

Ficou fácil conhecer os principais e mais avançados produtos, serviços, equipamentos e tecnologias do mercado de Saúde Animal.

- Perfil exclusivo de fornecedores
- Ações promocionais direcionadas
- Público comprador segmentado
- Conexão 365 dias/ano

Sinta a força do digital integrado à vida real. Conecte-se. Anuncie!

whitecoat
HUB.COM



REALIZAÇÃO:

INFOWISER
EVENTS

