

EMPREENDEDORISMO

O que é um empreendedor?

Descubra se você possui espírito empreendedor.

Confira as dicas de quem já é destaque no setor!



• Mercado Registrado de Dow AgroSciences
Esa Comunicação

Os melhores produtos fazem os melhores resultados!

Dithane*



Stimo*



Pulsor*



Curathane*



Persist*



Sythane*



Lorsban*



Lorsban*



10G

Tracer*



Karathane*



Fungiscan*



Ag-Bem*



Kelthane*



Verdict®



Intrepid*



Mimic*



Sabre*



Harpon*



ATENÇÃO

Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, no bula e no verso. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Não se permita a utilização do produto por terceiros não treinados.

Consulte sempre um engenheiro agrônomo.

www.dowagrosciences.com.br




Empreendedorismo: o que é isso afinal?

Na última edição da **Hortifruti Brasil** você acompanhou a história do sucesso de nove produtores hortícolas, as dificuldades enfrentadas por cada um e a persistência para alcançar o topo. Empreendedorismo é isso: a capacidade de vencer os obstáculos, assumir riscos e se destacar no que faz. São pessoas com essas características que movimentam a economia e fazem o país crescer.

Antigamente, acreditava-se que empreendedorismo era um "dom" restrito a algumas pessoas, e que somente essas é que poderiam vencer. Hoje, não se pensa dessa forma e há pesquisas científicas a respeito do assunto, além de programas voltados para formar empreendedores.

Foi pensando nisso que a **Hortifruti Brasil** resolveu pesquisar esse tema mais a fundo, desvendando as características essenciais dos empreendedores hortícolas na *Matéria de Capa*. No Fórum de Idéias, convidamos um estudioso no assunto, o Prof. Fernando Peres, da Esalq/USP, para avaliar o empreendedorismo rural brasileiro. A conclusão destas duas edições (maio e junho) é que o progresso do setor hortícola está nas mãos dos empresários "empreendedores". Comprovamos que, é preciso investir no capital humano para que empreendimentos sejam

bem-sucedidos, e junto com eles, o setor, o país.

Talvez, a principal conclusão das duas edições seja que, aliado à formação de empresários de sucesso, temos que pensar mais alto, procurando construir um "setor" viável para todos. Segundo o Prof. Peres, a organização entre os produtores é essencial, principalmente para os que sozinhos não são grandes o suficiente para ter um bom poder de barganha junto aos compradores. Deve-se voltar a pensar na comunidade rural, restabelecerem-se os laços de confiança entre os produtores e trabalhar em grupo para que todos andem para frente.

Outra conclusão importante é que não há uma fórmula pronta para o sucesso da horticultura. Mas, sem dúvida, nesta edição, apontamos alguns passos que são importantes para chegarmos lá.



Margarete Boteon (esquerda) e Carolina Dalla Costa foram as organizadoras do estudo sobre empreendedorismo.

EXPEDIENTE

A **Hortifruti Brasil** é uma publicação do CEPEA - Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada - USP/ESALQ

Editor Científico:
Geraldo Santi Ana de Camargo Barros

Editora Executiva:
Margarete Boteon

Editora Econômica:
Mirian Rumenos Piedade Bacchi

Editora Assistente:
Carolina Dalla Costa

Diretor Financeiro:
Sergio De Zen

Jornalista Responsável:
Ana Paula da Silva - MTB: 27368

Revisão:
Letícia Macchi

Equipe Técnica:
Aline Barrozo Ferro, Aline Vitti, Carolina Dalla Costa, Cinthia A. Vicentini, Daiana Braga, Isis N. Sardella, Jo, o Paulo B. Deleo, Marcel M. Pinto, Margarete Boteon, Marina L. Matthesen, Mauro Osaki, Rafaela Cristina da Silva, Renata B. Lacombe, Renata E. Gaiotto Sebastiani e Thiago L. D. S. Barros.

Apoio:
FEALQ
Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz

Diagramação Eletrônica/Arte:
Thiago Luiz Dias Siqueira Barros

Fotolitos:
Nautilus Estúdio Gráfico
Fone: (19) 3422-4220
nautilus@merconet.com.br

Impressão:
MPC Artes Gráficas
Fone: (19) 3451-5600
mpc@mpcgrafica.com.br

Tiragem:
8.500 exemplares

Contato:
C. Postal 132 - 13400-970 Piracicaba, SP
Tel: 19 3429-8809
Fax: 19 3429-8829
hfrasil@esalq.usp.br
http://cepea.esalq.usp.br

A revista **Hortifruti Brasil** pertence ao Cepea - Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada - USP/Esalq. A reprodução de matérias publicadas pela revista é permitida desde que citados os nomes dos autores, a fonte **Hortifruti Brasil**/Cepea e a devida data de publicação.

ZAN LIN
visite nosso site:
www.zanlin.com.br

ZL-10
CARACTERÍSTICAS
Contenedor paletizado para uso geral. Empilhamento compatível com outras marcas existentes no mercado.

APLICAÇÕES
Contenedor especial utilizado para horti-fruti e granjeiros, farmacêutica, agricultura, ceasas, supermercados e indústrias em geral.

ZL-11
Fundo de caixa com menor altura.

anos
produzindo qualidade

ZANLIN Indústria e Comércio de Plásticos Ltda.
Rua Henrique Bego, 100 - Campestre - Caixa Postal 414
Cep 13400-970 - Piracicaba / SP
PABX (19) 3426-7395 / 3426-7396
DDG 0800 770 73 97
caixas@zanlin.com.br

ÍNDICE



Capa 9

EMPREENDEDORISMO

São pessoas com determinação, persistência e autoconfiança que fazem o setor se desenvolver. Descubra se você também é um desses empreendedores e confira as dicas de quem já é sucesso na horticultura.

Fórum 20

"NÃO É COM FUNCIONÁRIOS QUE SE DESENVOLVE O PAÍS"

O Prof. Dr. Fernando Peres Curi mostra que apesar dos empreendedores movimentarem a economia do país, é o capital social que garante o crescimento do setor. Confira!



SEÇÕES

Batata

Menos batata na safra das secas

6

Tomate

Menos tomate no mercado

7

Cebola

Falta cebola no mercado

8

Manga

Procura-se manga

14

Uva

Termina safra no Nordeste

15

Mamão

Produção ainda menor em junho

16

Melão

RN se prepara para nova safra

17

Banana

Frio controla oferta

18

Citros

Clima favorece a produção

19



Cartas

SURPRESA!

Gostei muito da Hortifruti Brasil. Quando me cadastrei para recebê-la, esperava ler somente notícias do sul do país, mas me causou admiração ver notícias daqui do Nordeste, e especificamente da minha região (Petrolina/Juazeiro) publicadas. Realmente gostei! Vou fazer propaganda dela tanto entre os produtores quanto os acadêmicos.

Agradecidamente,

Hebert Sampaio (hebert_sampaio@ig.com.br)

PARABÉNS!

Queria parabenizar toda a equipe da Hortifruti Brasil por

mais uma bela edição e por dois anos de, acima de tudo, competência e interesse pela hortifruticultura de nosso país.

Cláudio Massachi (pinhoabe@hotmail.com)

SAUDADES

Parabéns à Hortifruti Brasil pelos dois anos de sucesso! Por ter vivido um pedaço dessa história, posso dizer com todas as letras que a sua receita de vencedores é contagiante. Espero que o jornalismo brasileiro siga a fórmula e aprenda mais sobre a importância da união com os produtores.

Ana Júlia Vidal (ajuliavidal@hotmail.com)

Escreva pra gente! - hfbrazil@esalq.usp.br - Hortifruti Brasil - CP 132 - CEP: 13400-970 - Piracicaba/SP

SIALEX

O melhor controle do Mofo Branco

- Preventivo e Curativo
- Rápida Absorção
- Produto Sistêmico
- Amplo Espectro de Controle

Mofo Branco
(*Sclerotinia sclerotiorum*)

ATENÇÃO Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo da lata e pacote. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por pessoas de 18 anos.

Consulte sempre um especialista agrícola.

Venda sob responsabilidade agronomica.

Se a sua lavoura
é uma caixa de surpresas,
experimente a nossa.



Elaborado com:

Bravonil
ultrex

Amistar

FOLIO
Gold

Esta é a caixa do "Base Forte": um programa de controle que engloba três dos melhores fungicidas para a cultura da batata, orientações técnicas e serviços, com forte ação protetora e sistêmica contra as principais doenças em todas as fases da cultura resultando em mais **proteção**, mais **qualidade** e mais **produtividade** para a lavoura.

Fale com o distribuidor Syngenta da sua região.
"Base Forte" a caixa de boas surpresas para sua lavoura.

Fazem parte do programa "Base Forte":**

- Os produtos 'Bravonil Ultrex', 'Amistar' e 'Folio Gold'
- Orientação técnica
- Visita técnica de um representante Syngenta
- Manual técnico sobre a cultura da batata
 - Bônus na recompra de 'Folio Gold'
 - Equipamento de proteção individual

ATENÇÃO

Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Use sempre com o equipamento de proteção individual adequado ao risco, na hora e no local. Utilize sempre as recomendações de proteção individual. Nunca permita a liberação de produtos ou vapores de risco.

Consulte sempre os Especialistas Agrícolas



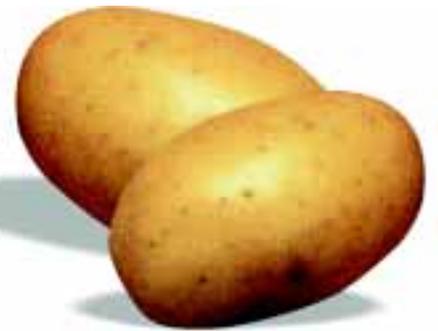
Verifique sua identidade profissional

* Folio Gold disponível apenas na versão Base Forte Gold
** Programa válido para os estados de SP, MG, BA, e GO

syngenta

www.syngenta.com.br

Menos batata na safra das secas



Com a redução da área plantada, a oferta deste ano deve ser inferior à de 2003



Redução de área nas secas

De modo geral, todas as regiões produtoras devem apresentar redução na área cultivada na safra das secas, decorrente dos baixos preços registrados entre julho de 2003 e março deste ano. Entretanto, o aumento do cultivo da ágata e, principalmente, o menor poder de compra dos consumidores nacionais podem dificultar a valorização do produto. No Sudoeste Paulista, estima-se que a área cultivada para a safra das secas seja de aproximadamente 3,5 mil hectares, cerca de 12% menor que no ano passado. Desse total, em torno de 500 hectares correspondem ao plantio de batata semente. No Sul de Minas, a redução é mais expressiva. Espera-se uma diminuição de 45% na área plantada para a safra das secas, frente ao ano anterior, totalizando 2,2 mil hectares cultivados. Em Brasília/Cristalina (GO), onde a colheita do tubérculo já come-

çou, é esperada uma redução de cerca de 28% em relação a 2003. A safra local se iniciou em abril, tem pico de colheita previsto para agosto e deverá se encerrar em outubro.

Requeima: a doença da moda!

O Triângulo Mineiro/Alto do Paranaíba (MG) foi a primeira região que registrou ataque do fungo causador da requeima. De acordo com agentes locais, o controle foi difícil e houve quebra de produção em algumas lavouras. Em abril, o Sudoeste Paulista passou pelo mesmo problema, em função das baixas temperaturas e da elevada umidade - condições ideais para a proliferação da doença. Acredita-se que cerca de 20% da produção das áreas atingidas foi perdida. Na região de Brasília/Cristalina (GO), a doença voltou a aparecer em maio, mas, de acordo com agentes locais, o problema foi controlado e ainda não se fala em pre-

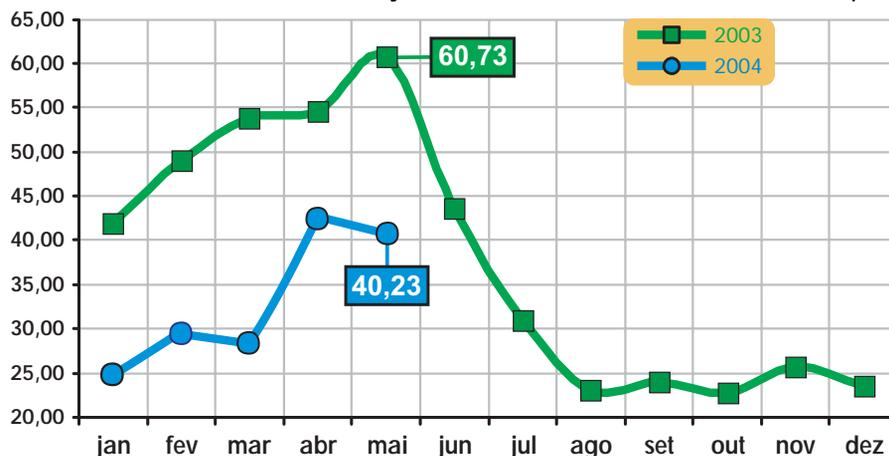
juízos na produção local.

Vargem Grande investe em área

Para a safra de inverno, a região de Vargem Grande do Sul (SP) deve aumentar a área cultivada em cerca de 5% frente a 2003. Neste ano, houve atraso no plantio local. Alguns produtores iniciaram o cultivo logo no final de março, mas, as chuvas de abril e maio dificultaram os trabalhos de campo. Assim, o encerramento do cultivo fica atrelado às condições climáticas, deslocando o pico da safra local. Segundo agentes do setor, apesar do excesso de chuvas, até o final de maio a qualidade do tubérculo ainda não havia sido comprometida.

Apesar da entressafra, preços não reagem

Normalmente, os preços da batata atingem as maiores cotações do ano em maio. Neste mês encerra-se a safra no Triângulo Mineiro/Alto do Paranaíba (MG), diminui a oferta no Sul de Minas Gerais e, no Sudoeste Paulista, a safra está apenas iniciando. Neste ano, contudo, mesmo com a redução da oferta, os preços do tubérculo apresentaram leve queda. No atacado de São Paulo, por exemplo, a monalisa especial foi cotada a aproximadamente R\$ 40,23/sc de 50 kg, em maio, cerca de 6% abaixo da média do mês anterior. O fato que impediu a valorização do produto foi a queda do consumo no país, decorrente da situação econômica nacional.



Preços registram nova queda em maio

Preço médios de venda da batata monalisa no atacado de São Paulo - R\$/sc 50 kg

Fonte: Cepea

Menos tomate no mercado

Encerramento da safra de verão, menor plantio nas roças de inverno e a chegada do frio limitam a oferta de tomate



Cadê o tomate que estava aqui?

Mesmo com o início da safra de inverno, o volume de tomate ofertado no mercado interno permaneceu baixo em maio e deve continuar restrito durante a primeira quinzena de junho. Com a aproximação do inverno e a passagem de frentes frias sobre as lavouras, a maturação do fruto tem atrasado, limitando o volume disponibilizado aos atacados, principalmente do produto maduro. Além disso, o término da colheita em Itapeva (SP) e em Venda Nova do Imigrante (ES) também contribuiu para a redução da oferta. Ambas as regiões colhem durante os meses de verão e finalizaram suas safras deste ano no último mês. Para a segunda quinzena de junho, a expectativa é que as regiões de São José de Ubá (RJ) - que deve iniciar a colheita em junho - e Paty de Alferes (RJ) colaborem com o aumento da oferta. De qualquer forma, o volume colhido nessas roças, este ano, deve ser inferior ao registrado no mesmo período de 2003, devido à redução da área plantada.

Safra desanima produtores de Itapeva

Os produtores de Itapeva (SP) estão insatisfeitos com os resultados obtidos na última safra de verão. O principal fator para este descontentamento foi a baixa lucratividade deste ano. Em comparação com a safra de 2003, houve queda de aproximadamente 22% no preço médio do tomate salada AA longa

vida comercializado na região. Ao longo da safra, o produto permaneceu desvalorizado, com alguma reação apenas em maio, quando somente os grandes produtores estavam no mercado. Além disso, a produtividade das lavouras tardias diminuiu, sendo colhidas em torno de 200 cx/mil pés, frente às 450 cx/mil pés obtidas no início da safra.



Reação no mercado

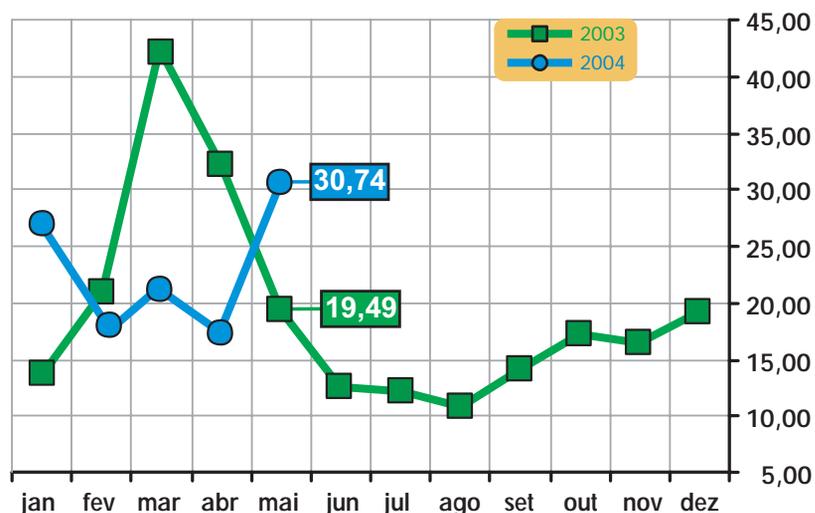
Em maio, o tomate atingiu o maior preço do ano. No último mês, o tomate salada AA longa vida foi comercializado a R\$ 30,74/cx 23kg, em média, na ceasa de São Paulo, valor 143% superior ao registrado no mesmo período de 2003. Esta grande valorização foi causada pela brusca redução da oferta nas roças. Com a presença de

Preço médio (R\$/cx 23kg) recebido pelos produtores de Itapeva:

Mês	2003	2004
jan	9,68	18,83
fev	16,00	14,33
mar	33,77	13,57
abr	27,55	12,13
mai	13,18	20,46
Média	20,36	15,76

Fonte: Cepea

constantes frentes frias nas regiões produtoras, as temperaturas, principalmente as noturnas, permaneceram muito baixas em maio, atrasando a maturação dos frutos. Além disso, em meados de maio, os produtores de Itapeva (SP) e de Venda Nova do Imigrante (ES), já davam sinais da finalização de suas safras ofertando grande parte de tomate ponteiro, enquanto que nas lavouras de inverno o volume colhido ainda não era grande.



Fonte: Cepea



Falta de tomate causa euforia no mercado

Preços médios de venda do tomate salada AA longa vida no atacado de São Paulo - R\$/cx 23kg

Falta cebola no mercado

Começam a aparecer os resultados das dificuldades enfrentadas durante o plantio



Foto: Sakata Súdamerica

Começa a colheita em Irecê

No final de maio, a região de Irecê (BA) iniciou a segunda etapa da colheita deste semestre e deve estender a comercialização até o final junho. Alguns produtores resolveram aumentar a área de plantio nesse período tendo em vista o atraso da safra no Vale do São Francisco. A qualidade da cebola dessa segunda colheita é superior à do produto comercializado no início do ano, que foi prejudicado pelas chuvas. No entanto, pode haver redução da produtividade local, visto que muitas lavouras foram afetadas pela doença "queima das pontas", causada pelo adensamento do plantio. A comercialização deve concentrar-se nas regiões Norte e Nordeste, onde a oferta local é insuficiente para abastecer os postos de vendas. No Vale do São Francisco, a colheita deve se intensificar no final deste mês. O nível do lago de Sobradinho ainda não baixou,

dificultando o plantio na vazante. As mudas foram plantadas na parte alta do Vale e, assim, a produtividade deve ser inferior à esperada, já que neste local o solo é menos fértil.



Diminui a oferta do Centro-Oeste

As chuvas do início do ano, além de atrasar o plantio de algumas roças, acabaram prejudicando a quantidade e a qualidade da produção do Centro-Oeste. Em Cristalina (GO), a produtividade média caiu mais de 50% na maior parte das lavouras e, em Brasília (DF), a produção foi quase totalmente perdida. A qualidade também foi afetada pela incidência de bacterioses, favorecida pela umidade. Assim, a primeira etapa da colheita nessas regiões teve um rendimento pouco significativo e a próxima colheita deverá ocorrer no final de julho, com previsão de melhor produtividade e qualidade. A área plantada para o segundo

semestre, em Brasília, também foi menor em relação ao ano passado, com redução de aproximadamente 40%.

Triângulo Mineiro inicia colheita

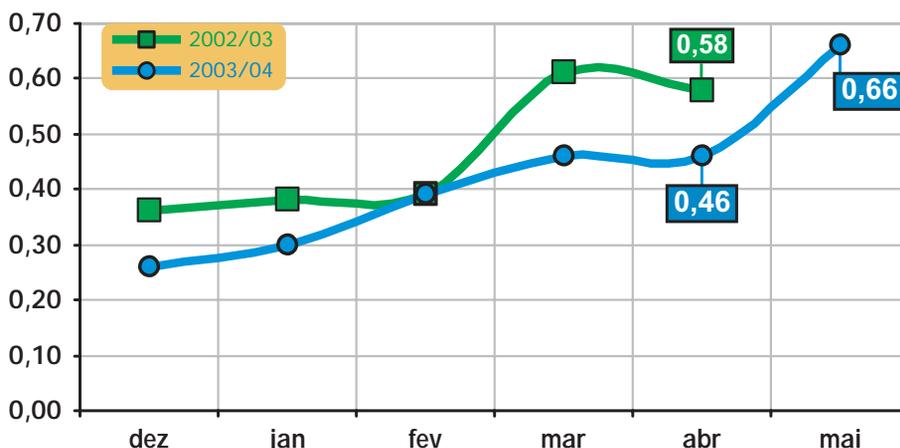
A região do Triângulo Mineiro iniciou a colheita no final de maio e deve se intensificar a partir de junho. As chuvas do início do ano dificultaram o plantio, e a oferta prevista para este mês é baixa. A região teve menor influência dos efeitos das chuvas, mas, mesmo assim, a produtividade de algumas roças ficou abaixo do esperado.

Divinolândia está lenta

Na região de Divinolândia (SP), a colheita se manteve lenta no mês de maio em função das chuvas. A qualidade do bulbo ainda é baixa, mas pode melhorar dependendo das condições climáticas neste mês. A área plantada nesta região é cerca de 40% inferior à cultivada no ano passado, e a produtividade também deve ser menor em virtude do excesso de chuvas no início do ano.

Importações não suprem a demanda

O volume de cebolas importado da Argentina foi insuficiente para abastecer o mercado interno no mês passado. Assim, os valores cobrados na fronteira registraram alta de 43% entre o início e o final de maio. O maior problema ocasionado pela liberação das cargas foi a insuficiência da estrutura de importação, faltando caminhões tanto na Argentina quanto no Brasil.



Final de safra avança preços no Sul
Preços médios recebidos pelos produtores de Ituporanga (SC) pela cebola crioula - R\$/kg
Fonte: Cepca

Empreendedores mudam o Brasil ...

Persistência, vontade e muito trabalho fazem o setor hortícola andar para frente

Por Carolina Dalla Costa e Margarete Boteon

Determinação, persistência e autoconfiança. São essas três as características básicas de um empreendedor. Diferentemente do "homem comum", o empreendedor é capaz de transformar um simples acontecimento em uma grande oportunidade. Ele aproveita as condições presentes, mesmo quando desfavoráveis, para inovar e recriar mercados, planejando e concentrando seus esforços a fim de alcançar seus objetivos.

Apesar de muitas pessoas acreditarem que o "espírito empreendedor" nasce apenas com alguns indivíduos, é válido ressaltar que são a condição de vida e as experiências cotidianas que levam as pessoas a explorar seu lado empreendedor. Diariamente todos nós assumimos riscos, enfrentamos desafios e buscamos alcançar o sucesso naquilo que fazemos. O grande diferencial do empreendedor é que ele tem a disposição de coordenar todas essas habilidades e a coragem de se lançar no mercado. E mais: de se manter nele por anos a fio.

No Brasil, o índice de fracasso de empresas é muito alto. Estudos apontam que o grande erro daqueles que falham é que não definem seus potenciais clientes antes de iniciar seu negócio, além das tradicionais falta de planejamento prévio e gestão ineficiente da empresa. Segundo uma pesquisa do Sebrae com 1.750 empresas, 71% delas encerram suas atividades antes de concluírem os quatro anos de vida.

Um bom empreendedor jamais se aventura em uma nova experiência sozinho e sem conhecer o terreno em que estará pisando. Ele analisa a viabilidade econômica desse investimento, a competição do setor e os riscos a serem enfrentados antes de ingressar nesse mercado. Além disso, a seleção de uma boa equipe e de bons parceiros - para dividir os riscos - também contribui imensamente para o bom resultado de um projeto.

Conhecer a mobilidade do mercado e saber que é preciso se adequar a novas formas de competitividade, para se manter nele, também é fundamental. Estudos apontam que os maiores empreendedores não são necessariamente aqueles que criam um negócio, mas sim os que conseguem reorganizá-lo diante de uma nova conjuntura, superando as dificuldades sem perder a "paixão" por aquilo que fazem.

O empreendedor cria, inova e acredita que, no final, todo seu esforço será revertido no sucesso da empresa. Para ele, as dificuldades são encaradas como meros obstáculos a serem superados e a conclusão de cada etapa é o incentivo para novos desafios.

Apesar de um empreendedor ser formado por características muito mais pessoais que profissionais, qualquer pessoa pode se tornar um empreendedor de sucesso. Pelo menos é isso que prometem os diversos cursos profissionalizantes existentes hoje no país e no mundo.

Produtor: Um empreendedor nato

No setor hortifrutícola essa história se repete dezenas de vezes. Inúmeros são os agricultores que iniciam um projeto com uma idéia na cabeça, bons parceiros e muita coragem. Enfrentam as oscilações do mercado, as crises de preços, as quebras de produção e continuam firmes e fortes, produzindo, comercializando e exportando seus produtos. Muitos não encontram auxílio financeiro ou governamental para sua produção e partem para o mercado com o que têm de melhor: força de vontade.

O orgulho de ser produtor, a elevada qualidade do hortícola, um bom faro comercial e muito, muito trabalho são essenciais para o horticultor obter sucesso e é isto que a **Hortifrutí Brasil** acredita que deve ser perseguido por todos os profissionais do setor.

O horticultor que tem seu negócio próprio por

mais de 10 anos já pode ser considerado um empreendedor de sucesso. Passou por vários planos econômicos, enfrentou taxas de juros e câmbio nas alturas e manteve-se no mercado. Entretanto, mais do que "raça" - característica essencial do empreendedor nato - o produtor que deseja se manter no mercado e ampliar seu sucesso deve utilizar outras ferramentas gerenciais, como o desenvolvimento de uma produção voltada aos desejos do consumidor final.

Com base em uma extensa entrevista com nove líderes dos setores pesquisados pela **Hortifrutí Brasil**, no contato permanente com cerca de mil produtores hortícolas nos últimos dois anos e na consulta com especialistas em empreendedorismo, apresentamos um guia básico, com passos importantes para se alcançar o sucesso no setor. Confira!

PASSO A PASSO do empreendedor bem-sucedido

✓ ACIMA DE TUDO, UMA REALIZAÇÃO PESSOAL

O bom empreendedor hortifrutícola faz o que gosta e tem orgulho de ser produtor. A sua atividade é sua realização pessoal e não apenas uma busca monetária, e é o seu empenho que traz indiretamente o lucro. Uma das definições da pessoa empreendedora é a capacidade de transformar "sonhos" em realidade.

✓ MUITO TRABALHO, DETERMINAÇÃO E PACIÊNCIA

No setor hortícola, não há trabalho fácil. Normalmente, o empreendedor enfrenta jornada dupla: a agrícola e a administrativa. A condução da roça e a comercialização do produto sempre andam juntas e o empreendedor tem que estar nas duas pontas mesmo quando seu envolvimento não é direto.

✓ BONS PARCEIROS!

Honestidade e uma clientela selecionada fazem o negócio ir para frente. Confiança e transparência entre o empreendedor e o cliente são essenciais.

✓ QUALIDADE, EFICIÊNCIA E FOCO

É preciso ter boa produtividade, qualidade, baixo custo de produção, estrutura de logística eficiente e foco no consumidor final. Os mais bem sucedidos aliam seu sobrenome ao produto. O tomate do fulano, a batata do ciclano...

✓ APRENDA COM OS PRÓPRIOS ERROS

Uma outra característica importante observada nos empreendedores bem-sucedidos é a habilidade de utilizar suas experiências de fracasso como um modo de aprendizagem.

DE OLHO EM NOVAS OPORTUNIDADES

Sempre devem haver novos projetos! O empreendedor tem que estar de olho na possibilidade de abrir um novo negócio, em um modo diferente de obter financiamento etc. As oportunidades estão aí: casas de beneficiamento, mercado externo, abrir uma agroindústria, ...

PERSEVERANÇA. ULTRAPASSE OS SEUS PRÓPRIOS LIMITES

O empreendedor não se abate com as dificuldades do dia-a-dia nem fica parado lamentando seus problemas. Além disso, o empreendedor nunca se conforma com o estágio atual do seu empreendimento. Ele está sempre planejando um novo desafio e se sente bem quando ultrapassa seu próprio limite.

MANTENHA-SE INFORMADO!

Encontros, palestras, conversas informais com profissionais do mesmo setor, assessoria técnica especializada, jornais, revistas têm que integrar sua rede de informação habitual.

TECNOLOGIA E CAPITAL HUMANO

Aposte em tecnologia, desde que corretamente, dimensionado o custo e o benefício de cada investida. Além disso, uma boa equipe de trabalho é vital para o sucesso do negócio.

SAIBA EXATAMENTE ONDE QUER CHEGAR

Estabeleça metas e selecione as prioridades para serem resolvidas ou executadas em primeiro lugar. Não tente fazer tudo de uma vez só; nunca se obtém um resultado positivo dessa forma.

PLANEJE E MONITORE

Planejar antecipadamente a atividade e monitorar sua execução garante um controle eficiente da atividade

ADMINISTRAÇÃO FAMILIAR COM PROFISSIONALISMO

A família pode ser uma grande equipe para tocar o negócio, principalmente num mercado tão informal quanto o hortícola, onde tudo é na base da confiança. Mas, todos têm que ter funções pré-definidas e ser tratados como profissionais, sem regalias. Caso contrário, contrate uma equipe de terceiros e esqueça o apoio familiar.

FAMÍLIA SER DE ORIGEM AGRÍCOLA

A experiência conta muito para se dar bem no setor e, muitas vezes, ela é passada de pais para filhos.

DIVERSIFICAÇÃO ESPECIALIZADA

O setor hortícola convive com altos e baixos nos preços e não há segurança no valor do produto como em outros mercados (bolsas, CPR, preços pré-fixados e preço mínimo). A elevada volatilidade dos preços e do volume colhido é uma característica intrínseca do setor. A saída para se manter capitalizado é utilizar a diversificação como estratégia. Contudo, a aposta em novas atividades deve ser estudada a fundo, seja ela voltada para segmentos de mercado ou para outros produtos agropecuários.

LIÇÕES DE EMPREENDEDORISMO



Produtor e Comerciante	Airton Benedito Feltran , produtor e comerciante de cebolas há 35 anos. 4ª série primária.	Edison Magário , produtor e comerciante de banana há 32 anos. 4ª série primária.	Lauro Andrade , produtor de tomate, milho e boi há 27 anos. 1º grau completo.	Koichi Kawabata , produtor/exportador de frutas há 33 anos. 2º grau completo.
Família	Minha família está nesse ramo há 60 anos.	Minha família está nesse ramo há 50 anos.	A minha família já era do ramo agrícola.	Meu pai já era produtor de verduras e legumes.
Dificuldade Inicial	Depois que meu pai faleceu, eu tinha dez anos na época, precisei trabalhar sozinho na lavoura. Enfrentei, além de pouco apoio e experiência, falta de capital para produzir.	No início, o transporte da produção era feito a cavalo até o Rio Ribeira e seguia de barco até Juquiá (SP). Descarreguei muitas cargas para convencer os compradores de que o produto era bom.	A maior dificuldade inicial foi encontrar mão-de-obra qualificada, além do desconhecimento da família quanto ao manejo de novas culturas (milho e tomate).	As principais foram à necessidade de capital de giro e a falta de conhecimento para iniciar o cultivo de frutas. Além disso, meu pai era contrário a idéia de abandonar a produção de hortaliças.
Tarefas diárias	Trabalho das sete às vinte horas. Vou diariamente à roça para conferir o plantio ou a colheita e as condições das plantas.	Além de acompanhar os trabalhos na roça, administro a parte comercial da empresa e fiscalizo a qualidade do produto nas gôndolas em São Paulo.	Atuo no planejamento do plantio, da comercialização e no controle financeiro da empresa.	Tenho total envolvimento com a empresa. Faço todos os controles administrativos e vendas. Todas as tomadas de decisões passam por mim.
Lema de trabalho	Trabalhar corretamente! Estar de olho na produtividade e na qualidade do produto, investindo em tecnologia. Além disso, precisa gostar do que faz. Eu gosto da vida na roça.	Nosso lema é a "perseguição" constante de um produto de boa qualidade, uma pós-colheita bastante cuidadosa, uma boa logística.	A principal lição é adotar um ideal e ser muito versátil frente às adversidades.	Nunca me deixei abater por dificuldades. Sempre fui em busca de novas alternativas.
Diversificação	É arriscado apostar em uma só cultura. Ainda mais com a situação atual do país, onde a produção dá prejuízo a muita gente.	Para a nossa bananicultura, não acredito em diversificação com outras frutas, já que o sistema de trabalho atual está dando certo.	A diversificação é importante, pois propicia um certo equilíbrio financeiro. Se uma cultura der prejuízo e a outra lucro, haverá empate.	Hoje possuo 40 alqueires com produção de frutas (ameixa, uva, caqui e atemóia), trabalho tanto mercado interno como externo, além de ter uma loja de insumos.
Projetos Futuros	Gostaria de investir em beneficiamento. Principalmente iniciar o de batatas, que são bastante produzidas na região que trabalho.	Ainda podemos aumentar a área em Janaúba (MG) e acredito que existe potencial de exportação da nossa banana prata.	Falta ser implementada uma estrutura de classificação do tomate na fazenda e de beneficiamento e estocagem para os grãos.	Estabelecer um escritório central na Europa e, dentro de alguns anos, implantar o sistema de transporte refrigerado no mercado interno.
Segredo do Sucesso	Investimento e propaganda. Investir em qualidade e produtividade e se destacar com isso. Muitas vezes, uma produção bonita ajuda a fazer propaganda do negócio. Além disso, deve-se buscar conhecimento, freqüentar eventos que tragam novidades e ter bons contatos.	O produtor deve buscar terras boas e produzir com o máximo de qualidade possível, de preferência em locais de fácil acesso, facilitando a distribuição do produto. Além disso, deve-se plantar mudas laboratoriais, que têm qualidade garantida.	É preciso estar "ligado" 24 horas por dia no que acontece ao seu redor. Além disso, é preciso ter seriedade para encarar os problemas e as mudanças no setor, principalmente em relação aos desenvolvimentos tecnológicos.	Adoro o que faço e minha empresa tem uma boa administração. Além disso, faço parceria com produtores de outras regiões, incentivo a exportação e também dou assistência técnica. Procuro também oferecer um produto que seja exportável, de primeira linha.

NO SETOR HORTIFRUTÍCOLA

				
Edson Tadashi Nakahara , produtor e comerciante de frutas há 17 anos. Ensino médio (Técnico Agrícola).	Fábio Gomes e Gama , produtor de frutas, café, cacau e pecuária há 34 anos. Nível Superior (Engenheiro Agrônomo).	Marcelo Balerini de Carvalho , produtor e comerciante de batata há 35 anos. Nível Superior (Engenheiro Agrônomo).	Luiz Roberto Maldonado Barcelos , produtor e exportador de melões e melancia há 13 anos. Nível Superior (Advogado).	Produtor e Comerciante
Meus pais eram pequenos comerciantes e produtores.	Há mais de 60 anos minha família está no ramo agrícola.	São três gerações trabalhando na agricultura	Minha família cultivava café, laranja e cana em SP.	Família
Considero-me uma pessoa de sorte. Sempre tive boas oportunidades em minha vida. Nunca esperei por algo. Comecei a trabalhar com muita dedicação desde quando me formei em técnico agrícola.	Acredito que nada se compara em termos de dificuldade ao ano de 2003 para se manter na produção de mamão. O melhor ano, acredito, deverá ser 2004.	Para alguém que deseja iniciar um negócio, não somente no caso da batata, tem que conhecer muito bem o setor que vai investir, tanto o lado produtivo quanto o comercial.	A maior dificuldade foi a adaptação ao cultivo do melão. Obter uma boa produtividade, com qualidade e a um custo baixo não é tarefa fácil, mas vital para a sobrevivência em um setor competitivo como o nosso.	Dificuldade Inicial
Atuo mais na área comercial. Na roça, nossos funcionários são mais nossos parceiros do que empregados.	Com o apoio da família, conduzo os trabalhos de campo, além de ser fiscal do Ministério da Agricultura há 10 anos.	No passado, estive à frente das operações de campo e hoje me dedico mais às tarefas administrativas e estratégicas da empresa.	Divido as responsabilidades com meu sócio. Ele cuida da parte comercial e eu da agrícola. Juntos realizamos o planejamento estratégico na entressafra.	Tarefas diárias
É necessário sempre estar em busca de novas tecnologias e mantendo-se informado com relação ao mercado financeiro, além de muita dedicação.	Para ser competitivo na agricultura, é essencial o uso de novas tecnologias, utilização de recursos com juros viáveis e sempre estar atento aos acontecimentos do mercado.	O produtor que não é empresário está fadado ao insucesso. Aqueles que não têm tino para o negócio devem se unir a outros ou em cooperativas.	Não devemos esperar ajuda governamental, nem tomar muito financiamento bancário.	Lema de trabalho
Acredito que o caminho é a diversificação, porém, dentro da mesma área de atividade.	O segredo é a concentração de esforços nas áreas de maior conhecimento, mas sem deixar de lado a diversificação, claro que com muita cautela no momento de expandir.	Apesar da batata ser o carro chefe da minha produção, também trabalho com soja, milho, feijão, pecuária e café, além de eu estar implantando uma agroindústria.	O melhor caminho é a concentração de esforços. Acho que quanto menos se diversificar é melhor. Acredito na especialização como caminho necessário para se obter sucesso.	Diversificação
Desenvolver mais atividades no âmbito social. Diante disto, a Vale Verde tem contribuído com doações e apoiado instituições carentes.	Investir em fruticultura temperada em pólos de alta capacidade produtiva como Bahia e Espírito Santo.	Acredito na expansão do mercado de batata minimamente processada e no desenvolvimento de variedades de clima tropical.	O Brasil ainda é um país de muitas oportunidades. Acho que ainda há muito espaço para novos empreendimentos, principalmente no ramo agroindustrial.	Projetos Futuros
É fundamental continuar com o mesmo espírito de dedicação do início. Alguns produtores quando começam a ganhar dinheiro, se iludem e acham que já estão ricos, passando a se dedicar menos ao trabalho.	Para se ter sucesso no setor agrícola, acima de tudo é necessário o uso de tecnologia moderna de forma viável e estar sempre por dentro do que acontece no mercado. Além disso, muita perseverança.	Antes de tudo, gosto do que faço e o vínculo agrícola da família também me ajudou. O que também favoreceu o crescimento da minha empresa foi sempre priorizar investimentos em tecnologia e na formação de uma boa equipe de trabalho.	Acho que o destaque no setor vem de uma série de fatores: boa administração, planejamento estratégico e baixo endividamento bancário. O melhor crescimento é aquele em que o empresário começa pequeno e só investe o eventual lucro de cada safra.	Segredo do Sucesso

Procura-se manga

A desuniformidade das florações do início do ano continua limitando a oferta



Colheita segue lenta no Vale do São Francisco

Devido à desuniformidade da floração nas propriedades nordestinas no início do ano, a oferta de manga deve continuar baixa em junho. Em maio, era possível encontrar pomares com boa, média e baixa taxa de floração no Vale do São Francisco. Os agentes lembram que todo esse cenário se deve às chuvas de janeiro, que dificultaram as induções florais na região. Espera-se que, com a aproximação do inverno e a queda das temperaturas noturnas, os pés de manga possam apresentar melhor floração e pegamento de frutos. A redução do volu-

me colhido não ocorre apenas para a tommy, mas também para palmer e para a haden. A previsão é de que significativas quantidades dessas variedades comecem a ser colhidas somente em meados de julho. Entretanto, ainda é difícil prever a época em que deve ocorrer o pico de safra do segundo semestre. Provavelmente não ocorrerá uma concentração de oferta semelhante à de 2003 e a colheita deve se distribuir entre os meses de setembro e novembro.

Europa fria

A redução da quantidade de manga enviada à União Europeia nos últimos meses não foi só resultado do menor volume ofertado internamente, mas também, da qualidade inferior da fruta nacional. De acordo com agentes de mercado, alguns contêineres foram enviados com a qualidade mínima exigida pelo mercado europeu e apresentavam antracnose e a bactéria *Alternaria spp.* Apesar desses casos serem particulares, isso já foi o suficiente para que a manga brasileira fosse classificada como de baixa qualidade, prejudicando os embarques e dificultando sua valorização. Assim, outros países vêm abocanhando o espaço brasileiro e intensificando seus envios

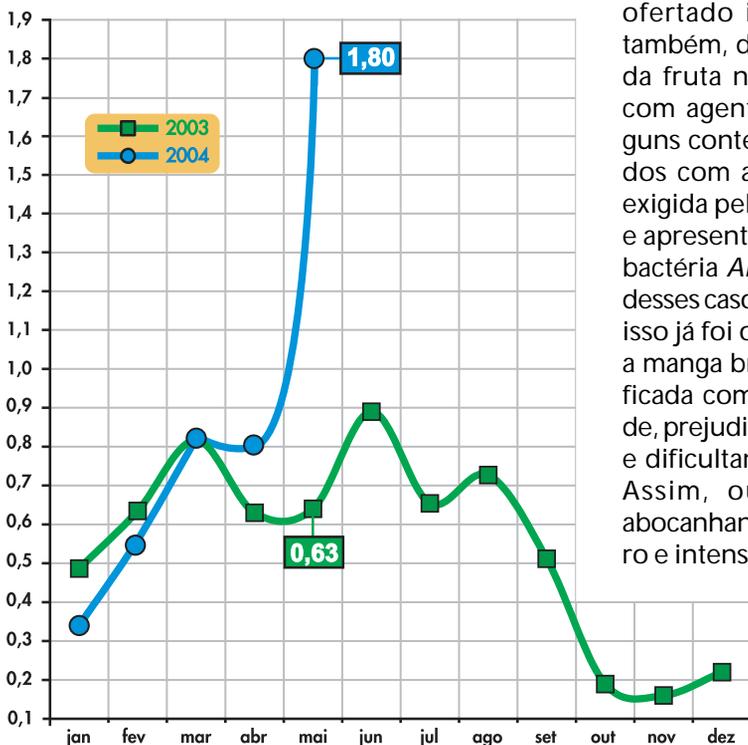
à Europa. Em maio, o México se destacou como principal exportador tanto para o mercado norte-americano, segundo o USDA, quanto para o europeu, conforme



agentes de mercado. Dados norte americanos também apontam que o Haiti e a Guatemala vêm em seqüência como os maiores exportadores de manga para os Estados Unidos, neste período. Já para a Costa Rica, Brasil e Peru, agentes do setor estimam que a quantidade enviada nos últimos meses vem sendo menor que a do ano passado. O preço recebido pelas exportadoras brasileiras pela tommy enviada à Europa, em maio, foi de aproximadamente R\$ 2,10/kg. A notícia que corre pela região nordestina é de que as exportações da manga brasileira para os Estados Unidos, no segundo semestre, podem não se concretizar devido à inadimplência sofrida na última safra. Até o final de maio, alguns produtores nordestinos ainda não haviam recebido o pagamento referente aos embarques de 2003.

Explosão de preços no Nordeste

Por mais um mês consecutivo, foi registrada baixa oferta de manga no eixo Petrolina (PE)/Juazeiro (BA) e em Livramento do Brumado (BA). Com isso, os preços da fruta explodiram, principalmente os da tommy. Essa variedade foi comercializada a aproximadamente R\$ 1,80/kg nas lavouras nordestinas em maio, alta de 281% em relação ao mesmo período de 2003. A maior parte do volume disponível foi comercializada no mercado interno que, além de estar bem mais aquecido que o externo, também apresentava maior garantia de pagamento.



Com a falta do tommy, preços explodem

Preços médios recebidos pelos produtores do Vale do São Francisco pela tommy - R\$/kg

Fonte: Cepca

Termina safra no Nordeste

Com o encerramento da safra nordestina, os paranaenses aproveitam para abastecer o mercado nacional



Termina a safra nordestina

Em junho, a maior parte dos produtores das regiões de Petrolina (PE) e Juazeiro (BA) termina a colheita, encerrando também as exportações de uva do primeiro semestre. Neste ano, as vendas internacionais ficaram abaixo do esperado. Mesmo com a diminuição das chuvas a partir de março e com a melhora da qualidade da fruta, produtores e exportadores ficaram receosos em embarcar um produto inferior. Com isso, o volume exportado em maio foi menor e os preços seguiram em patamares elevados. A uva Itália, a mais procurada pelo mercado europeu devido à redução da safra local, foi comercializada entre R\$ 2,40 e R\$ 2,50/kg na lavoura e a benitaka, também para exportação, de R\$ 2,10 a R\$ 2,20/kg. Com o término da safra nordestina, começam as podas para a próxima janela de mercado (out/dez), onde a produtividade deve ser 30% inferior à verificada no início deste ano, devido à má formação dos ramos.



Pouca oferta em Porto Feliz

No mês de junho, a região de Porto Feliz (SP) deve reduzir o volume de uva Niagara disponibilizado ao mercado nacional. Essa baixa oferta vem sendo registrada desde maio, quando a menor colheita manteve o equilíbrio entre a oferta e a demanda - que também se manteve restrita -, ga-

rantindo estabilidade aos preços da fruta local. Para junho, a expectativa é de que a procura continue no mesmo ritmo de maio, com a possibilidade de melhor escoamento da produção local devido ao término da safra em Rosário do Ivaí (PR).

Jales volta ao mercado

A região produtora de Jales (SP) deve iniciar a colheita da uva no final de junho. Mesmo com uma área menor - consequência da diminuição de aproximadamente 30% no plantio de 2003 frente a 2002 -, o volume colhido neste ano deve ser bom. Segundo os produtores, as parreiras têm apresentado grande produtividade e ramos bastante carregados. Além disso, o clima quente e seco verificado na região neste ano favoreceu o desenvolvimento da produção deste primeiro semestre.

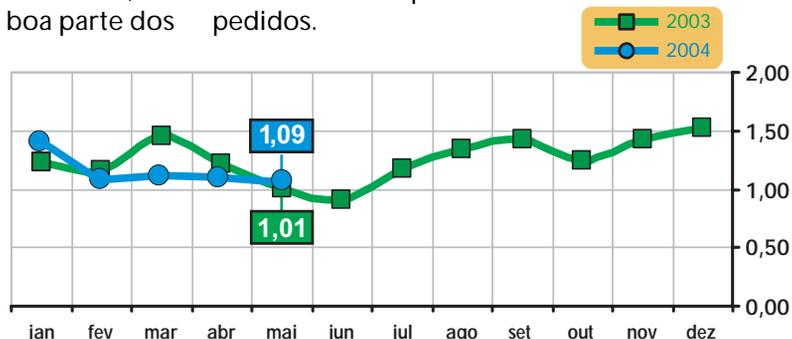
Mercado fraco em maio

As baixas temperaturas de maio dificultaram a comercialização da uva no Sudeste, principalmente em São Paulo, fazendo com que boa parte dos produtores do Sul e Nordeste enviassem a fruta para outros entrepostos do país. Os viticultores do Vale do São Francisco, por exemplo, deram preferência para as cidades mais próximas, en-

quanto que as uvas do Sul, foram comercializadas na própria região, em Minas Gêrias e no Rio de Janeiro. Dessa forma, foi possível escoar o volume colhido e garantir estabilidade aos preços.

Aumenta a oferta no Paraná

Em junho, o volume de uvas maduras disponível nos parreiros do Paraná deve aumentar, devido à colheita de novos lotes, mantendo o mercado abastecido. Além da boa qualidade da fruta favorecer seu escoamento, a região vem se destacando como a principal fornecedora de uva para o mercado interno, uma vez que o Nordeste finaliza sua safra em meados de junho e Jales só inicia a colheita no final do mês. Em maio, a procura pela fruta paranaense foi grande e, em alguns casos, não foi possível atender à toda a demanda. Com a queda das temperaturas no último mês, houve atraso na maturação das uvas do Paraná, ocasionando a redução do volume colhido e dificultando o cumprimento dos pedidos.



Oferta continua regulando os preços

Preços médios recebidos pelos produtores pela uva Itália - R\$/kg

Fonte: Cepea

Produção ainda menor em junho

Desta vez, o vilão da oferta não é a chuva, mas sim o frio



Frio dificulta maturação

Em junho, o volume de mamão ofertado no mercado interno tende a ser inferior ao de maio. Desta vez, os motivos da pouca oferta não são problemas ocasionados pelo excesso de chuva, mas sim pela aproximação do inverno. Desde o final de maio as temperaturas médias nas lavouras vêm caindo, principalmente à noite, atrasando a maturação do produto. Assim, dos poucos frutos restantes nos

pés, um número ainda menor deve chegar ao ponto ideal de colheita. Diante deste cenário, poderíamos esperar que os preços continuassem elevados, porém, se os produtores continuarem colhendo frutos verdes, o escoamento da produção pode ser prejudicado, desvalorizando o produto outra vez.



Exportações em baixa

Com a baixa produção de mamão nas roças brasileiras, tornou-se difícil atender aos pedidos internacionais. Estima-se que, em maio, o volume exportado tenha suprido apenas 50% da quantidade demandada pela Europa e Estados Unidos, já que não havia quantidade nem qualidade suficientes para atender ao mercado externo. Além da baixa oferta, alguns problemas fitossanitários, ocasionados pelo ataque de fungos, e a coloração inadequada também contribuíram para reduzir as exportações. As empresas exportadoras estão pessimistas para o mês de junho e esperam que o volume disponível nas lavouras seja ainda menor devido às constantes noites frias desta época do ano. Segundo dados da Secex,

as exportações de 2004, acumuladas até abril foram 5% inferiores no mesmo período de 2003, gerando também menor receita para o Brasil. A previsão é de que as vendas exter-

nas se estabilizem somente entre meados de agosto ou setembro, com o encerramento da estação fria e regularização da maturação. Até lá, a oferta deve ser insuficiente para atender à demanda internacional.

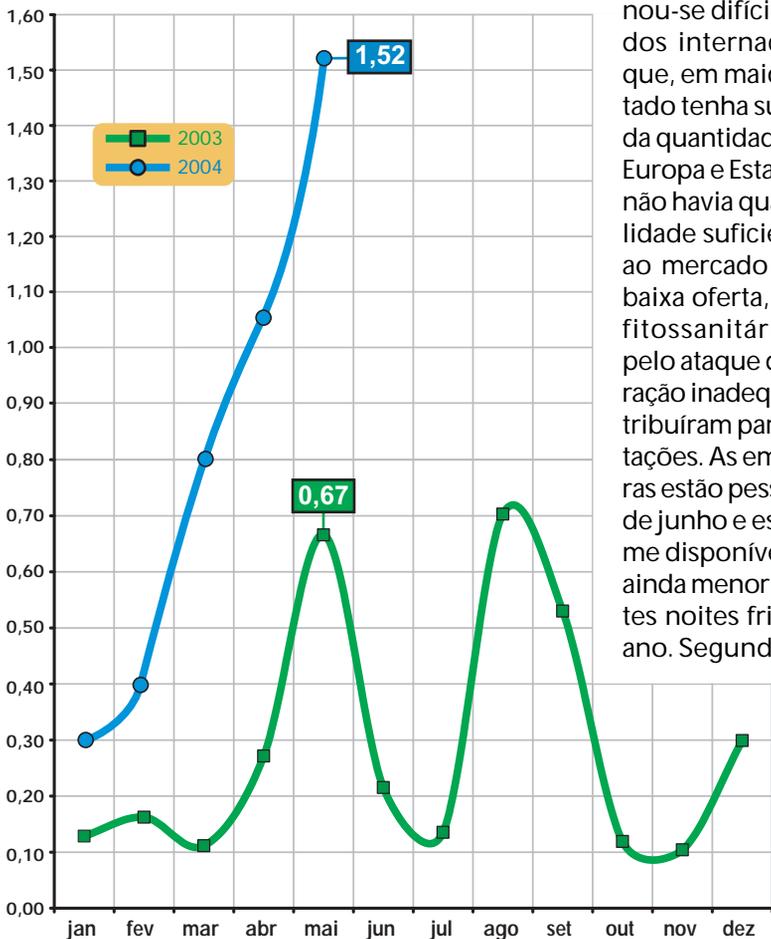


Colheita de frutos verdes derruba preços

Vendo preços atingirem patamares tão elevados, os produtores de mamão acabaram "forçando" a colheita, para obter o maior lucro possível do mercado. Assim, muitos frutos verdes foram ofertados durante as últimas semanas de maio, prejudicando a venda do produto. A precocidade da maturação era tamanha que o fruto servia apenas para fazer doce. Como a procura se tornou menor que a oferta, os atacadistas foram obrigados a reduzir o preço do fruto. Entre os dias 17 e 21 de maio, o havaí [12-21] registrou desvalorização de aproximadamente 38% no atacado carioca e de 13% no paulistano.

Doenças sob controle

Maio foi o mês em que finalmente os produtores de mamão puderam controlar as doenças e pragas das lavouras. Sem as chuvas, foi possível voltar a aplicar os produtos químicos necessários nas lavouras. As tempestades vinham "lavando" qualquer insumo aplicado nas plantas, dando sinal verde para o desenvolvimento de doenças e pragas, que causam prejuízos enormes para os produtores, principalmente àqueles que visam o mercado internacional.



Preços explodem em março

Preços médios recebidos pelos produtores capixabas pelo mamão havaí (12-18) - R\$/kg

Fonte: Cepea

RN se prepara para nova safra



Apesar dos baixos preços dos últimos meses, produtores esperam bons resultados no próximo semestre

Últimos preparativos!

O mês de junho é marcado pela estruturação dos produtores do Rio Grande do Norte para a safra 2004/05. Alguns agentes se preparam para cumprir os contratos que já foram fechados - a maioria efetivada em maio - e outros aguardam a concretização desses acordos. De modo geral, ainda não é possível prever como será a demanda internacional nesta safra, mas, ao que tudo indica, o sucesso das últimas exportações garantirá o embarque de um volume maior neste ano.

Melão paulista prejudica vendas potiguares

No último mês, a entrada do melão de Presidente Prudente (SP) no mercado a valores inferiores e a venda consignada da fruta do Vale do São Francisco aumentaram a oferta do produto barato, prejudicando as vendas do melão potiguar. Apesar da qualidade superior do produto do Rio Grande do Norte e do baixo volume colhido na região nesta época, o valor praticado nas lavouras manteve-se baixo, semelhante ao praticado no Vale do São Francisco, um fato bastante incomum neste mercado.

Consumo em baixa

Outro fator que prejudicou a comercialização do melão em maio - não só da fruta potiguar, mas do produto em geral - foi a queda das temperaturas na região Sudeste. Geralmente, a demanda por frutas cai durante os meses mais frios do ano, difi-

cultando o escoamento da produção. Em maio, tanto os atacadistas paulistanos quanto os produtores de diversas regiões se mostraram desanimados quanto às vendas da fruta, principalmente devido aos baixos preços recebidos pelo melão amarelo. Além disso, a lentidão nas vendas ocasionou o acúmulo de frutas de uma semana para outra, gerando estoques e pressionando ainda mais os preços.

Vale diminui colheita

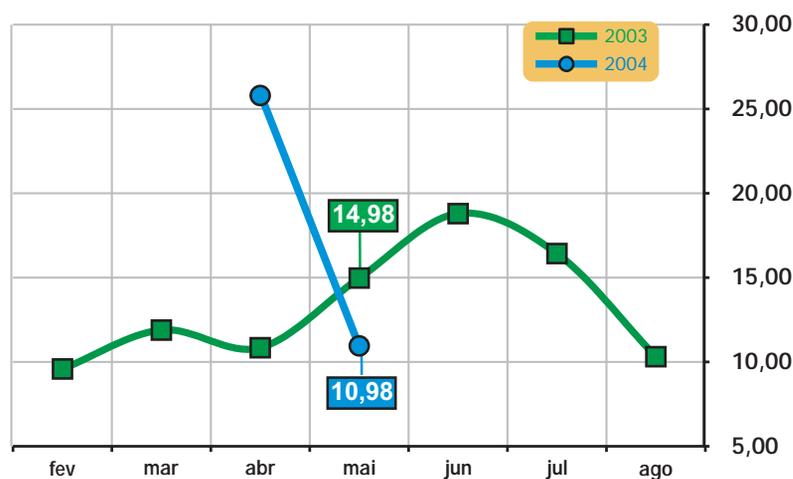
O volume de melão colhido no Vale do São Francisco deve diminuir gradativamente em junho, devido à aproximação do encerramento da safra local, previsto para julho. Com a aproximação do inverno, a região deixa de ser propícia ao cultivo do fruto. Este ano, o pico de safra do Vale do São Francisco atrasou devido às dificuldades durante o preparo da terra e o

plantio no início do ano.



Panorama internacional

Alguns produtores de melão da Chapada do Apodí (RN) e Baixo Jaguaribe (CE) que costumam cultivar o produto durante a entressafra local (março a julho), não enfrentaram problemas climáticos nem ataque de pragas neste ano. O único entrave foi a queda dos preços recebidos na segunda quinzena de maio. Historicamente, as empresas que colhem nessa época, costumam garantir preços elevados devido à comercialização com outros países, como a Argentina. Neste ano, porém, este país proibiu a entrada de frutas da família das Cucurbitáceas, como o melão e a melancia, alegando problemas fitossanitários. Com isso, aqueles que esperavam exportar a fruta para a Argentina, foram obrigados a destinar o produto ao mercado nacional, onde a remuneração é menor.



Início de safra com queda de preços

Preços médios recebidos pelos produtores do Vale do São Francisco pelo melão amarelo tipo 6 - RS/cx de 13kg

Fonte: Cepea

Frio controla oferta



Com a queda das temperaturas, a maturação do fruto deve atrasar, limitando a oferta em junho



Volume de prata deve diminuir em Minas

A prata mineira, cujo pico de safra ocorreu no final de maio, deve ser ofertada em menor quantidade a partir da segunda quinzena de junho. Com isso, bananicultores mineiros esperam que as cotações da prata voltem a subir a partir da segunda quinzena do mês, quando - além do menor número de frutas disponíveis nos pés - as temperaturas mais baixas devem atrasar a maturação da banana. Contudo, se a oferta de prata em outras regiões produtoras aumentar, a fruta mineira pode continuar desvalorizada. Em maio, a prata mineira foi cotada a cerca de R\$ 8,82/cx de 20 kg, nas lavouras locais, cerca de 13% abaixo do valor praticado no mesmo período de 2003. Segundo produtores do estado, a queda nos preços da fruta neste ano se deve à maior concentração da safra nas últimas semanas de maio.

Pouca banana no Vale do Ribeira

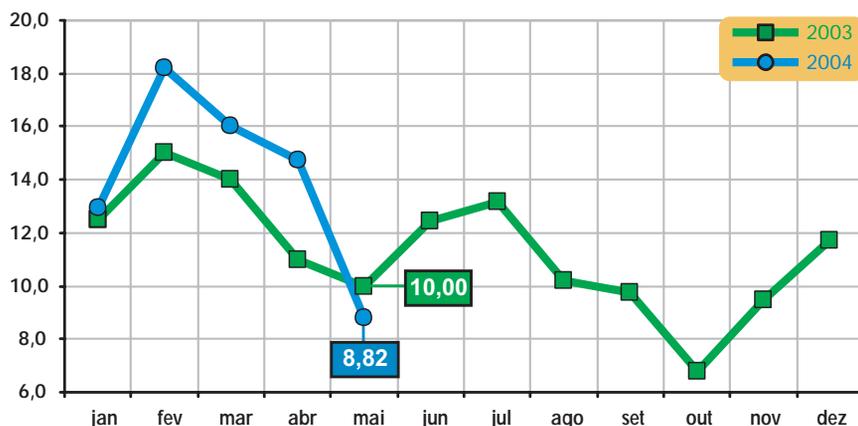
Assim como em maio, o volume de banana ofertado no Vale do Ribeira (SP) deve continuar baixo em junho. No último mês, a maior oferta de prata no norte de Minas prejudicou as vendas da fruta paulista e dificultou sua valorização, mesmo com uma oferta menor no Vale do Ribeira. Entretanto, esse cenário pode mudar na segunda quinzena de junho, quando a volume de banana em Minas deve sofrer ligeira redução. Em maio, a prata paulista foi cotada, em média, a R\$ 10,48/cx 20 kg, valor aproximadamente 10% maior que os registrados no mesmo período de 2003. Já a oferta de nanica paulista deve continuar baixa, contrariando as expectativas dos agentes do setor. Os produtores acreditavam que o volume iria aumentar neste mês, mas as baixas temperaturas locais prejudicaram a "engorda" da nanica, atrasando a safra na região em aproximadamente

um mês. Mesmo com a menor oferta de nanica no Vale do Ribeira o produto não deve registrar grande valorização, já que preços elevados podem prejudicar o escoamento da fruta. Em maio, a nanica do Vale foi cotada a aproximadamente R\$ 8,20/cx 22 kg, na roça, valor muito próximo do registrado no mesmo período de 2003, quando a fruta valia cerca de R\$ 8,30/cx de 22 kg.



E a safra não começa...

Em Santa Catarina, o frio também está atrasando a safra de nanica, e os produtores que contavam com uma oferta maior entre maio e junho terão que esperar mais um pouco. O inverno, que se inicia neste mês, deve ser bastante rigoroso na região Sul, atrasando ainda mais a maturação da fruta. A nova previsão dos bananicultores locais é de que a safra comece entre julho e agosto. Apesar da pressão dos importadores do Mercosul em não comprar a fruta brasileira a preços elevados, a menor oferta deve manter as cotações da fruta catarinense nos mesmos patamares praticados em maio. Além disso, a disponibilidade de nanica também deve continuar baixa em outras regiões produtoras, contribuindo ainda mais para a valorização da banana catarinense. No mês de maio, o preço da nanica de Santa Catarina foi de aproximadamente R\$ 6,00/cx 22 kg, valor cerca de 19% superior aos praticados no mesmo período de 2003.



Prata mineira em queda

Preços médios recebidos pelos produtores mineiros pela prata local - R\$/cx 20kg

Fonte: Cepea



Clima favorece a produção

As chuvas de maio contribuem com o desenvolvimento das laranjas e revigoram os pomares



Chuvas vêm em boa hora!

As chuvas de maio animaram os produtores paulistas de citros. Segundo o Climatempo, em Catanduva e São Carlos foram acumulados, respectivamente, 69,2 mm e 91,2 mm até o dia 31, volumes aproximadamente 30% e 48% superiores aos de maio de 2003. Essas precipitações vieram em momento ideal, a maioria das laranjas se encontra em desenvolvimento. Assim, uma boa disponibilidade hídrica é fundamental para o ganho de peso e tamanho das frutas. Além disso, as chuvas também contribuem com a melhora física das plantas, fator essencial para as safras futuras. O único contratempo é para a poncã, que acumula água nos pedúnculos, favorecendo a proliferação de doenças e a queda dos frutos. Isto acelerou ainda mais a colheita desses frutos que já estavam em pico de safra no estado. Em maio, o preço médio da poncã paulista foi de R\$ 3,24/cx de 27kg, cerca de 55% abaixo dos valores praticados no mês anterior. De acordo com o CPTEC/

INPE, as precipitações e os ventos atípicos de maio foram ocasionados por um choque térmico entre a massa mais quente instalada sobre o estado, e a frente fria vinda do Sul.

Diversificação é a chave do negócio

Diante de todas as informações negativas no cenário externo - queda na Bolsa de Nova York e excedentes de suco nos Estados Unidos - o Brasil tem conseguido manter sua participação no mercado internacional de suco. Segundo a Secretaria de Comércio Exterior (Secex), as vendas do suco concentrado e congelado - principal produto cítrico -, acumuladas entre julho de 2003 e abril de 2004, registraram alta de respectivamente 8% e 10% para a União Européia e para a Ásia, frente ao mesmo período da safra anterior. Isso compensou a queda de 28% nos embarques para o NAFTA, durante o mesmo período, e manteve as exportações do produto em patamares próximos daqueles registrados na temporada passada (2002/03). Já as exportações dos sucos de laranja classifica-

dos pela Secex como não congelados, com brix inferior a 20 graus - que abrangem os sucos diluídos - registraram aumentos de 50% em volume e também em receita durante o período analisado. Entretanto, os volumes exportados para estes produtos, divulgados pela Secex, merecem uma atenção especial, pois a porcentagem de diluição de cada tipo de suco não é divulgada, dificultando a comparação entre as vendas desses produtos e as de suco concentrado e congelado. De fato, estes tipos de suco apresentam uma quantidade muito menor de laranja processada. Estima-se que uma tonelada de 65 graus brix de suco concentrado represente cerca de 5 mil litros de suco diluído.

E os contratos?

Em maio, o número de contratos efetivados entre a indústria paulista e os produtores de citros continuou baixo. Poucas processadoras demonstraram interesse em realizar suas compras e os novos negócios efetivados em maio restringiam a entrega à apenas uma safra.

DIVERSIFICAÇÃO GARANTE A LIDERANÇA BRASILEIRA NAS EXPORTAÇÕES DE SUCO

Volumes exportados e receitas obtidas por período, para cada tipo de suco

PERÍODO	SUCOS DE LARANJA CONGELADOS		SUCOS DE LARANJA NÃO CONGELADOS COM BRIX IGUAL OU INFERIOR A 20°		OUTROS SUCOS DE LARANJA, NÃO FERMENTADOS	
	Volume (kg)	Receita (US\$)	Volume (kg)	Receita (US\$)	Volume (kg)	Receita (US\$)
Safra 2003/04 (julho-abril)	887.761.470	749.793.826	273.334.769	63.194.905,00	210.033.595	173.662.829,00
Safra 2002/03 (julho-abril)	887.324.548	780.565.030	178.069.900	41.847.375,00	213.111.525	183.279.654,00
Safra 2001/02 (julho-abril)	908.201.799	682.131.675	450.931	183.498,00	108.637.635	27.252.801,00
Var % (2003/04)/(2002/03)	0%	-4%	53%	51%	-1,4%	-5,2%
Var % (2003/04)/(2001/02)	-2%	9%	60516%	34339%	48%	84%

Obs: Em função dos diferentes graus brix de cada tipo de suco, não é possível somar os volumes exportados dos diferentes produtos.

Fonte: Secex

“Não é com funcionários que se desenvolve um país”

“A única e exclusiva razão para termos empresários na economia é que precisamos de alguém para correr riscos, pois é só assim que o país cresce”

“NÃO É COM FUNCIONÁRIOS QUE SE DESENVOLVE UM PAÍS”. Esta foi a primeira afirmação do Prof. Dr. Fernando Curi Peres, citando o pensamento do economista Roberto Campos ao ser indagado sobre empreendedorismo e desenvolvimento. O Prof. Peres leciona cursos de empreendedorismo na ESALQ/USP e os resultados práticos obtidos com suas pesquisas são admiráveis. Há tempos ele observou que o ensino em geral era voltado para a formação de funcionários e não de empresários. Era necessário mudar urgentemente a formação do profissional no meio rural para que ele pudesse sobreviver à economia de mercado. Segundo Peres, “seria ótimo que todos fôssemos funcionários, mas, o único problema é que assim a economia não cresce”. Na sua visão, a economia precisa de pessoas que corram riscos, gerem empregos e desenvolvam tecnologia para que ocorra desenvolvimento econômico. Milhares de pessoas já passaram pelos treinamentos da equipe do Prof. Peres sobre liderança rural. Confira abaixo alguns de seus ensinamentos.

Hf Brasil: O que é empreendedorismo?

Peres: Não há uma definição específica para a palavra. Prefiro mais o conceito de “empresário” do que “empre-



ENTREVISTA

Fernando Curi Peres

Professor Titular da Esalq/USP; Livre-docente pela Esalq/USP; Ph.D. pela The Ohio State University;

Formação:

Engenharia Agronômica.

Área de atuação:

Desenvolvimento Rural e Empreendedorismo Rural.

endedor”. Desconfio que prefere-se falar em “empreendedor” no meio acadêmico devido a nossa formação marxista e “anti-capital”. A única e exclusiva razão para termos empresários na economia é que precisamos de alguém para correr riscos, pois é só assim que o país cresce. Devemos prestigiá-los e contribuir com a formação deste profissional; é graças a ele que o país se desenvolve. Numa economia globalizada, precisamos mais de profissionais que corram riscos do que de bons empregados. É claro que existem empreendimentos não empresariais, como ONG’s, por exemplo. Mas, no setor hortícola, sem dúvida, estamos avaliando os “empresários” do setor, pessoas que correm risco e são remuneradas – lucro ou prejuízo – por estas decisões.

Hf Brasil: O empreendedor está dentro de cada um de nós ou é um dom de apenas alguns? É possível aprender ser empreendedor?

Peres: Não acredito que o “espírito empreendedor” seja genético. Acredito muito mais que a formação do “espírito

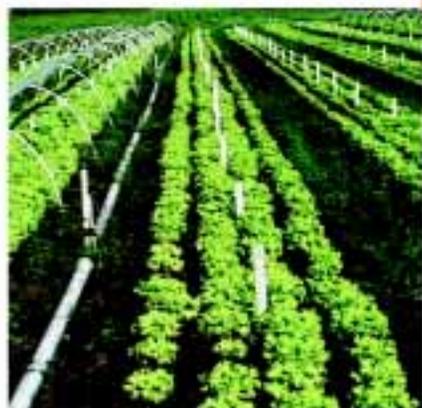
empreendedor”, principalmente na área agrícola, venha do meio familiar. É a família que proporciona às crianças a visão das adversidades a serem enfrentadas, e é esta uma das principais formas de explicar a formação empresarial. Além disso, acredito também que é possível formar um empresário. É certo que não há um currículo pronto ou um pacote de dicas básicas a seguir. Nos nossos cursos, expomos os estudantes ou profissionais a ambientes empresariais para que eles desenvolvam a capacidade de gerenciar melhor o seu risco e a obter uma remuneração positiva no processo.

Hf Brasil: O senhor acredita que a Universidade está preparada para formar empreendedores?

Peres: As escolas na sua maioria, não têm currículo para a formação de empresários. O pior ocorre quando se analisa a situação do jovem que vive no campo e começa a freqüentar a escola na cidade. Essa educação, além de não formar um empreendedor que poderia voltar e melhorar a qualidade de vida da sua comunidade rural, é uma das formas mais poderosas de retirar o jovem do campo. Primeiro, porque os valores da educação urbana acabam prevalecen-

AMINO-PLUS AJIFOL®

A certeza de um bom negócio



AJINOMOTO
INTERAMERICANA

ALTERNATIVA
AGRÍCOLA

E-mail: info@alternativaagricola.com.br
Site: www.alternativaagricola.com.br

Fone: (11) 3306-7460

do sobre a rural e, pior, acabam discriminando o aluno que vem da área rural. A meta de vida desse aluno, então, passa a ser sair da sua comunidade para ser bem-sucedido na cidade. Outra questão cultural interessante é que a própria família desse aluno também acredita que, como ele estudou, seria um fracasso ele voltar para sua comunidade ao invés de arrumar um bom emprego na cidade.

Hf Brasil: O senhor acredita que existem empreendedores “natos” no setor hortícola?

Peres: Não tenho dúvida disso. Na horticultura, temos empresários na sua definição principal: profissionais que correm riscos, geram empregos e são os que tomam as decisões mais relevantes sobre o emprego da tecnologia e o modo de financiamento no setor.

Hf Brasil: Muitos desses “empresários natos” estão sentindo que sua receita de sucesso do passado não está mais garantindo a rentabilidade no setor. O que está acontecendo?

Peres: Atualmente, existe no setor hortícola um lado comprador muito poderoso e concentrado, seja via as agroindústrias, grandes redes de supermercados ou atacadistas. A força desses compradores para se impor na negocia-

ção é elevada e os produtores ficam numa posição desprivilegiada porque são muitos e pulverizados. Nesse “braço-de-ferro”, vejo que a única forma que pode melhorar o equilíbrio entre as partes é o ganho de escala dos produtores, melhorando seu poder de barganha junto aos compradores. Os grandes produtores já perceberam isto e os pequenos devem se unir para obter essa escala, principalmente através do cooperativismo.

Hf Brasil: Qual é o segredo de um cooperativismo bem-sucedido?

Peres: O capital social é a pré-condição para uma organização dar certo. As cooperativas mais bem-sucedidas são as que têm origem num capital social abundante em sua comunidade. Entende-se por capital social o modo de organização de uma sociedade, suas normas, valores, relações interpessoais e o respeito de seus membros a tais convenções. Há três pilares básicos para que ocorra um elevado estoque de capital social em uma comunidade: confiança, civismo e capacidade de trabalhar em grupo. Esta é uma explicação do porquê cooperativas com associados de comunidades de estrangeiros (alemães, italianos, holandeses etc) deram certo. Além disso, as cooperativas mais modernas e bem-sucedidas, além do estoque de capital social elevado na sua origem, in-

vestem em capital humano, contratando profissionais especializados para tocar o empreendimento.

Hf Brasil: Como estimular a união entre os produtores num setor desorganizado como o hortícola?

Peres: Se o capital social da comunidade em questão é baixo, o ideal é investir no capital humano. Isto é, preparar indivíduos para se tornarem empresários, aptos a contribuir imediatamente com o avanço do setor. É possível sim melhorar o capital social de uma comunidade ou de uma associação, mas isto leva muito mais tempo do que a formação de empresários e depende do interesse da comunidade como um todo.

Hf Brasil: Qual é a diferença entre um empreendedor e um líder?

Peres: Na minha opinião, o líder é um empreendedor com uma maior visão de capital social. Diferentemente do empreendedor, o líder busca, além de melhorar sua situação individual, contribuir com a evolução do meio em que vive, o que indiretamente também lhe traz benefícios. Pode-se dizer que ele é uma pessoa mais inteligente, e que se preocupa com os reflexos de suas ações sobre a qualidade de vida dos seus descendentes. ■

FORMAÇÃO DE EMPREENDEDORES DO CEPEA

As pesquisas e projetos do Cepea têm por objetivo o desenvolvimento de liderança e senso empreendedor necessários aos profissionais da área rural. Os programas desenvolvidos sob coordenação do Prof. Fernando Curi Peres formaram só no semestre passado cerca de 2.400 profissionais. As linhas básicas das pesquisas e projetos são:

PROJOVEM

A criança, o adolescente e o jovem, especialmente do meio rural, são o foco de atenção do Programa de Jovens Empresários Rurais (Projovem), criado em 1996. Despertar no jovem a vontade de ficar no campo, transmitir informações básicas para que possa cultivar e administrar a terra e infundir nele a importância do empreendedorismo rural são os três objetivos

básicos do projeto. Durante as aulas do Projovem, os participantes recebem orientações técnicas e comerciais para desenvolver projetos que valorizem os recursos e know-how da região em que o jovem está inserido e, ao mesmo tempo, tenham viabilidade econômica. A maioria dos projetos é desenvolvida individualmente, mas os empreendimentos também podem ser estruturados e implementados em grupos. Para os melhores projetos, existe um fundo rotativo que permite ao aluno colocar em prática seu empreendimento.

FORMAÇÃO DE LIDERANÇAS RURAIS

Programa elaborado exclusivamente para o perfil e demanda informacional de profissionais que já exercem atividades de liderança em cooperativas e associações rurais paulistas.

A proposta deste curso equivalente a um mestrado profissionalizante, pós-graduação “Latu Sensu” - com intenção de se tornar “Strictu Sensu” -, é dotar os participantes com informações, conhecimentos, habilidades e atitudes que proporcionem ações efetivas como líderes. O objetivo, em resumo, é expandir a visão empreendedora e mobilizar os recursos humanos ativos no sentido de desenvolver o associativismo. Entre outros requisitos, os interessados devem ter de 24 a 40 anos e já estar integrados a alguma entidade associativa/cooperativa. Com o objetivo de interagir com a atividade dos participantes, o curso foi estruturado de modo a não afastar o “estudante” das suas tarefas cotidianas. Este programa é realizado pela parceria entre a Esalq/USP e organizações rurais.

Para saber mais sobre Empreendedorismo, acesse: <http://cepea.esalq.usp.br> ou pelo e-mail: fcperes@esalq.usp.br

Requeima



Cena como esta só acontece se você deixar

Programa completo de prevenção à requeima

Uma prática inteligente

Censor™

Antracol® 700 PM

Positron® Duo

Previcur® N

ATENÇÃO

Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente o rótulo e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e no recibo. Não use sempre as recomendações de aplicação indicadas. Nunca permita o arrefriamento do produto por excesso de idade.

Consulte sempre um Engenheiro Agrônomo. Venda sob receita médica agrônoma.



www.bayercropscience.com.br



Bayer CropScience



**Com Midas BR[®],
sua Cenoura
e sua Cebola
ganham
superproteção.**

**Use Midas BR[®], o fungicida superprotetor
da DuPont, na cebola e na cenoura, e ganhe:**

- ✓ Elevada eficiência no controle preventivo da Mancha Púrpura (*Alternaria porri*) na cebola e da Mancha de Alternaria (*Alternaria dauci*) na cenoura
- ✓ Alta resistência à lavagem pela chuva ou irrigação
- ✓ Superproteção pela aderência do produto à camada lipídica da folha
- ✓ Diferentes modos de ação pela associação de dois ingredientes ativos
- ✓ Fácil manuseio – Formulação Granulado Dispersível
- ✓ Duas opções de embalagem: saquinhos de 320 g ou 3,2 kg

Sua cenoura e sua cebola ficam superprotegidas com Midas BR[®].

**Utilize a Linha de Produtos DuPont para a Proteção da Cenoura e da Cebola: Midas BR[®] e Manzate[®] 800
Para Cebola, utilize também: Curzate BR[®]**

DuPont
Midas BR[®]

DU PONT

*Os milagres da ciência**

ATENÇÃO: Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e na receita ou faça-o a quem não souber ler. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual.

Nunca permita a utilização do produto por menores de idade.

Consulte sempre um Engenheiro Agrônomo. Venda sob receituário agrônomo.



0800 701-0109

