

Parcerias ajudam pequenos negócios na agricultura

Participar da cadeia produtiva de grandes empresas auxilia o agricultor a ter produtos com mais qualidade

Rodrigo Rezende



Vender para grandes empresas pode ser um bom negócio para os agricultores. A fazenda Direto da Serra, de Mogi das Cruzes (SP), por exemplo, faturou pouco mais de R\$ 9 milhões no ano passado e quase metade desse montante (47%) veio da produção de orgânicos para a rede Pão de Açúcar.

A parceria, que começou em 2004, conta o proprietário da fazenda, Roberto Hideki Umeda, ganhou importância quando o pequeno negócio passou a produzir itens para a marca própria do grupo, a Taeq. Atualmente, a fazenda abastece 42 lojas do Pão de Açúcar com frutas, legumes e verduras orgânicos. São cerca de 11 mil unidades por dia.

“Procuramos o grupo e conhecíamos o suporte técnico que iríamos receber. Isso foi muito atraente para efetivarmos a parceria”, conta Umeda. Para o empreendedor, a estrutura do Pão de Açúcar ajudou. “Sozinhos levaríamos muito mais tempo para crescer.”

O negócio com a rede de supermercados ocorreu por iniciativa do pequeno empreendedor paulista, mas o Sebrae acredita que pode estimular cada vez

mais esse tipo de parceria.

No ano passado, a entidade tirou do papel, em Santa Catarina, um programa para auxiliar tecnicamente os produtores que atendem por meio de cooperativa as demandas da Aurora Alimentos.

“O desafio (para os produtores) é ter qualidade e cumprir os prazos de entrega”, afirma Carlos Alberto dos Santos, diretor técnico do Sebrae. A região conta atualmente com 62,3 mil associados.

Um dos agricultores beneficiados pelo programa é Antônio José Maldaner, dono de uma propriedade familiar em Pinalzinho (SC). As 25 vacas de Maldaner produzem mensalmente 10 mil litros de leite. O negócio ainda cria 1,2 mil suínos e 198 mil aves para o abate todos os anos.

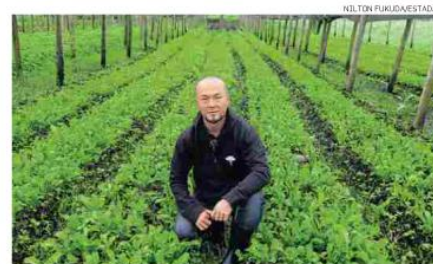
Maldaner fatura R\$ 30 mil por mês, em média, e o seu lucro é de 30% desse valor. O empreendedor considera que a parceria com a Aurora também o ajudou a se desenvolver. “Recebemos um apoio técnico para melhorarmos a qualidade dos produtos e o valor deles. Houve um ganho”, diz.

A professora da Esalq/USP,

Marly Teresinha Pereira, ressalta que parcerias desse tipo podem ser interessantes para o pequeno produtor. De acordo com a especialista, apesar de casos esporádicos, individualmente é quase impossível o agricultor ingressar na cadeia de valor de uma grande empresa.

“O caminho é por meio de cooperativas.” Outra via a ser trilhada, segundo Marly, é contar com o governo como cliente e oferecer, por exemplo, alimentos para a merenda escolar.

Debate. O encadeamento produtivo será tema de evento promovido pelo Sebrae, nos dias 21 e 22, em São Paulo. O encontro pretende debater as parcerias possíveis entre grandes e peque-



Orgânicos. Roberto Umeda faturou R\$ 9 milhões em 2013

nos negócios na agricultura e nos demais grandes setores da economia brasileira.

“Tornar empresas brasileiras multinacionais só será pos-

sível se elas tiverem uma rede de pequenas empresas cada vez mais qualificadas”, analisa Luiz Barretto, presidente do Sebrae.