



FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA
CURSO: ADMINISTRAÇÃO
ÁREA: GESTÃO E PLANEJAMENTO

**GESTÃO DE EMPREENDIMENTOS RURAIS DE SOJICULTURA NA REGIÃO
OESTE DA BAHIA**

**ANDRE GUSTAVO JONER
RA 2030008/0**

PROF. ORIENTADORA: MARIÂNGELA ABRÃO

Brasília – DF, novembro de 2006

ANDRE GUSTAVO JONER

**GESTÃO DE EMPREENDIMENTOS RURAIS DE SOJICULTURA NA REGIÃO
OESTE DA BAHIA**

Monografia apresentada como um dos requisitos para conclusão do curso de Administração do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Professor Orientador: MSc. Mariângela Abrão.

Brasília – DF, novembro de 2006

ANDRE GUSTAVO JONER

**GESTÃO DE EMPREENDIMENTOS RURAIS DE SOJICULTURA NA REGIÃO
OESTE DA BAHIA**

Monografia apresentada como um dos requisitos para conclusão do curso de Administração do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.
Professor Orientador: MSc. Mariângela Abrão.

Banca Examinadora

Professora Orientadora: MSc. Mariângela Abrão

Prof.

Examinador

Prof.

Examinador

Brasília – DF, novembro de 2006

RESUMO

Este trabalho tem por finalidade estudar os instrumentos de gestão administrativa do empreendimento rural na produção de soja, bem como, estudar a crise do agronegócio na região oeste da Bahia. A pesquisa é de natureza exploratória, pois visa oferecer informações sobre o objeto de pesquisa e possibilitar a orientação para uma melhor gestão da fazenda. As técnicas de pesquisa utilizadas foram o levantamento bibliográfico, pela consulta de livros, quanto a sua observação direta extensiva, foi aplicado um questionário aos produtores de soja. O levantamento teórico foi feito de maneira a identificar as causas da crise e buscar os instrumentos de gestão disponíveis ao empreendimento rural. Uma análise comparou as teorias levantadas, com o que é praticado pelos produtores de soja, e percebeu-se que muitos instrumentos de gestão estão disponíveis e são pouco utilizados. É consenso entre os agricultores que instrumentos de gestão mais eficientes minimizam os efeitos da crise. Portanto a intensidade com que a crise afetou os produtores esta relacionada com a falta de instrumentos de gestão administrativa eficientes.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANFAVEA: Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores

CNA: Companhia Nacional de Abastecimento

COFINS: Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social

CPMF: Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira

FUNRURAL: Fundo de Assistência ao Trabalhador Rural

ICMS: Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços

IPI: Imposto sobre Produtos Industrializados

IR: Imposto de Renda

ISS: Imposto sobre Serviços

ITR: Imposto Territorial Rural

PIS/PASEP: Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público

PIB: Produto Interno Bruto

VBP: Valor Bruto de Produção

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	6
2.	EMBASAMENTO TEORICO.....	7
2.1	Agronegócio.....	7
2.2	Commodities.....	7
2.3	Causas da Crise do Agronegócio	8
2.3.1	Política econômica.....	8
2.3.2	Política tributária.....	9
2.3.3	Política cambial.....	10
2.3.4	Estudo histórico recente do cambio brasileiro.....	10
2.4	Planejamento Estratégico.....	10
2.4.1	Etapas do planejamento.....	12
2.4.2	Planejamento do Empreendimento Rural.....	13
2.5	Administração Estratégica.....	13
2.6	Estratégias Empresariais.....	14
2.7	Estratégias de Comercialização.....	15
2.8	Mecanismos de Comercialização.....	16
2.8.1	Mercado a Vista.....	16
2.8.2	Mercado a Termo.....	16
2.8.3	Mercado Futuro.....	17
2.8.4	Estratégias de proteção (<i>hedge</i>)	17
2.9	Tecnologia em gestão de negócios.....	18
3.	METODOLOGIA.....	19
4.	ANÁLISE DE EMPREENDIMENTOS RURAIS DE SOJICULTURA NA REGIÃO OESTE DA BAHIA.....	20
4.1	Gestão do empreendimento rural.....	21
4.2	Planejamento tributário.....	25
4.3	Estratégias de Comercialização.....	25
4.4	Mecanismos de Comercialização.....	26
4.5	Causas e conseqüências da crise.....	26
4.6	Influência do Câmbio.....	28
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	30
	REFERÊNCIAS.....	32
	APÊNDICES.....	35
	ANEXOS.....	44

1 INTRODUÇÃO

A região oeste da Bahia é sustentada pela atividade agrícola, ou seja, a principal fonte de renda da população é direta ou indiretamente proveniente da produção de soja. Todo comércio regional trabalha tanto para vender produtos e serviços direto aos produtores agrícolas, quanto para a população, que tem como fonte de renda indireta o agronegócio.

A produção da leguminosa representa quase 60% de toda a área cultivada na região oeste da Bahia, com mais de 870 mil hectares, portanto é a principal cultura da região (AIBA, 2006).

O trabalho desenvolvido enfoca a gestão do empreendimento rural na sojicultura e a crise do agronegócio na região Oeste da Bahia.

A escolha do tema se justifica pelo fato de que nos últimos três anos o agronegócio enfrenta uma das mais graves crises de sua história. Como consequência, a sojicultura acompanhou esta crise em sua plenitude. Esta crise também tem um caráter social preocupante, a redução do emprego e da renda a população, crescimento da miséria entre os mais necessitados, e o aumento da informalidade.

O problema que norteou este trabalho é a busca de resposta à questão: “Instrumentos de gestão administrativa mais eficientes e eficazes possibilitariam a minimização dos efeitos da crise para os produtores de soja da região oeste da Bahia?”

O objetivo geral deste trabalho foi estudar os instrumentos de gestão do agronegócio para possibilitar a redução dos efeitos da crise.

Os objetivos específicos se dividem em estudar os fatores externos causadores da crise do agronegócio e os fatores internos ligados a gestão da propriedade como: o planejamento estratégico, planejamento tributário, administração estratégica, estratégias empresariais e de comercialização, a gestão da propriedade e suas respectivas ferramentas.

A metodologia utilizada para desenvolver o trabalho quanto à sua abordagem foi o dedutivo, quanto aos procedimentos, foi feito um estudo histórico recente, um comparativo em relação a anos anteriores, e uma análise estatística dos dados. A observação direta extensiva e intensiva coletará dados através de questionários, pesquisa de mercado e análise de conteúdo e entrevista.

2 EMBASAMENTO TEORICO

2.1 Agronegócio

Segundo a enciclopédia virtual Wikipédia. (2006):

Também chamado *agrobusiness* ou *agribusiness* é o conjunto de negócios relacionados à agricultura, dentro do ponto de vista econômico. Costuma-se dividir o agronegócio em três partes.

Negócios agropecuários propriamente ditos (ou de "dentro da porteira") que representam os produtores rurais, sejam eles pequenos, médios ou grandes produtores, constituídos na forma de pessoas físicas (fazendeiros ou camponeses) ou de pessoas jurídicas (empresas).

Negócios à montante (ou "da pré-porteira") aos da agropecuária, representados pela indústrias e comércios que fornecem insumos para os negócios agropecuários. Por exemplo, os fabricantes de fertilizantes, defensivos químicos, equipamentos, etc.

Negócios à jusante dos negócios agropecuários. São os negócios "pós-porteira", aqueles negócios que compram os produtos agropecuários, os beneficiam, os transportam e os vendem para os consumidores finais. Por exemplo, os frigoríficos, as fábricas de fiação, tecelagem e de roupas, os curtumes e as fábricas de calçados, os supermercados e varejistas de alimentos etc.

O agronegócio, também, pode ser entendido com outra concepção, a de produtores rurais altamente tecnificados que utilizam técnicas de produção intensiva, como a mecanização intensiva, novas tecnologias e o uso de fertilizantes para aumentar a produtividade. O resultado é a produção em massa de produtos e serviços e a conseqüente diminuição de seu preço ao consumidor final. (WIKIPÉDIA, 2006).

2.2 *Commodities*

Segundo definição do dicionário de Introdução a economia da Universidade de Brasília (2006), *commoditie* é:

Termo usado em transações comerciais internacionais para designar um tipo de mercadoria em estado bruto ou com um grau muito pequeno de industrialização. As principais *commodities* são produtos agrícolas como: café, soja e açúcar ou minérios como: cobre, aço e ouro, entre outros.

Segundo Rocha, (2006), *commodities* são:

[...] produtos "in natura", cultivados ou de extração mineral, que podem ser estocados por certo tempo sem perda sensível de suas qualidade, como suco de laranja congelado, soja, trigo, milho, bauxita, prata ou ouro. Atualmente também são consideradas *commodities* produtos de uso

comum mundial como lotes de camisetas brancas básicas ou lotes de calças jeans.

2.3 Causas da crise no agronegócio

Segundo o economista e pesquisador do Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (Ipardes), Gilmar Mendes Lourenço (2006)¹, a ausência de uma visão oficial de longo prazo para o agronegócio e a falta de empenho das autoridades em relação ao setor foram algumas das causas da crise do agronegócio. Ainda segundo Lourenço, pesquisas apresentam perdas diretas de R\$ 30 bilhões em 2006, ou seja, para ele, essa é a pior crise dos últimos 40 anos.

Para Getúlio Pernambuco (2006)² chefe do departamento econômico da Companhia Nacional de Abastecimento CNA, “diversos fatores contribuíram para que a situação chegasse a esse ponto: falta de políticas específicas, falta de incentivos financeiros e fiscais”. Outro fator que também significou retração dos valores recebidos pelos produtores nacionais foi a valorização do real em relação às moedas internacionais”. (PERNAMBUCO, 2006)

2.3.1 Política Econômica

Existem dois tipos de instrumentos de política econômica: genéricos e específicos. Os instrumentos genéricos impactam no desempenho de todos os setores da economia, como as políticas fiscais, monetárias, cambiais e de renda. Os instrumentos específicos afetam diretamente cada setor, no caso do agronegócio, os instrumentos específicos de política econômica são; política de crédito rural, de preços mínimos, de seguro rural, pesquisa e extensão agropecuária, insumos e regulamentação do uso de reservas florestais.

2.3.2 Política tributária

Sabe-se que o Brasil tem uma das mais altas cargas tributárias do mundo. Segundo dados da Receita Federal, (2006), a carga tributária brasileira em 2005, foi

¹ A afirmação foi feita durante a realização do 1º Simpósio de Jornalismo do Agronegócio do Paraná, que aconteceu nos dias 25 e 26 de maio em Curitiba. Tribuna do Interior 29/05/2006

² A afirmação foi concedida a jornalista Sonia Marques do Portal do Fazendeiro, para uma série de reportagens sobre a crise do agronegócio.

de 37,37% do PIB, que corresponde, na parcela relativa à União, a um acréscimo de 1,18 ponto percentual em relação ao ano anterior.

A arrecadação agregada de tributos e contribuições no Brasil em 2005 foi de R\$ 724,11 bilhões, representando acréscimo nominal de R\$ 90,3 bilhões (+14,25%) em relação ao ano anterior. Utilizando o deflator implícito do PIB (7,21%), verifica-se um crescimento real das receitas tributárias de 6,56% (R\$ 44,59 bilhões). (RECEITA FEDERAL, 2006).

Segundo Leite A., (2006), a elaboração de um planejamento tributário é a forma mais eficiente e lícita de controle fiscal e tributário para empresas. Somente através de um estudo pormenorizado dos encargos fiscais e tributários é que as empresas rurais se tornarão mais competitiva e terão mais chances de sobrevivência e desenvolvimento.

Os principais impostos relacionados ao setor que devem ser planejados são: ITR, COFINS, PIS/PASEP, FUNRURAL, IR, INSS, ISS, IPI, ICMS e CPMF. (LEITE, A., 2006). A evolução da carga tributária pode ser acompanhada abaixo:

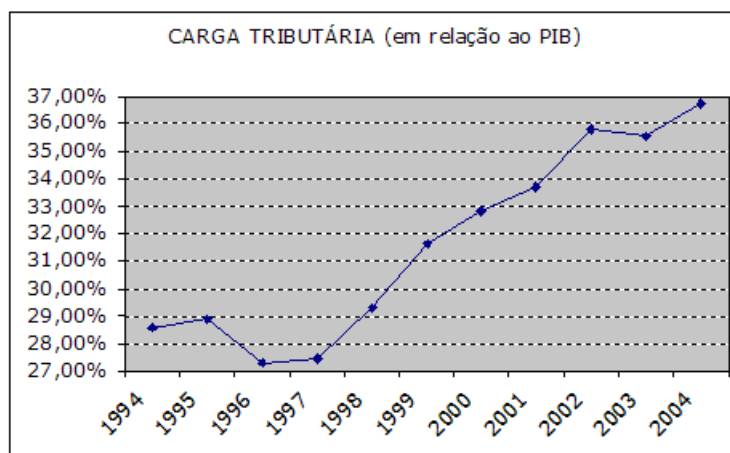


Gráfico 1 - Evolução da carga tributária no Brasil
Fonte: Receita Federal

2.3.3 Política Cambial

Segundo Franco (1999), sempre existiram, duas discussões diferentes sobre câmbio e que, a seu juízo, foram indevidamente misturadas. Uma é sobre o nível correto para a taxa de câmbio e os critérios para determiná-lo. Outra diz respeito à escolha do regime, ou à intensidade e aos métodos de intervenção do Banco Central no mercado de câmbio.

Quando se discute o "nível correto" é comum que se adote o critério que os economistas designam como PPP, uma sigla para "paridade de poder de compra". Para se afirmar que a taxa de câmbio está "correta", ou em equilíbrio, o critério é analisar se a mesma mercadoria (ou conjunto delas) custa a mesma coisa em países diferentes quando medida na mesma moeda. O "Big Mac" é o exemplo mais simples e popular dessa teoria, usa-se o preço do (o sanduíche) nos EUA como referência: se o preço do "Big Mac" no Brasil, medido em dólares, estiver 7,5% mais caro que nos EUA, como era efetivamente o caso em dezembro de 1998, então a conclusão era a de que nossa taxa de câmbio estava "sobrevalorizada" em 7,5%. (FRANCO, 1999).

2.3.4 Estudo histórico recente do câmbio brasileiro.

Em fevereiro de 2003, era possível comprar com 1,00 dólar, 3,65 reais³. Isso quer dizer que a moeda se encontrava desvalorizada, situação ideal para o setor agrícola. Em fevereiro do ano seguinte, era possível comprar com 1,00 dólar, 2,95 reais⁴, uma redução de 19% de um ano para outro, ainda assim uma situação confortável para o segmento exportador.

No mesmo mês de referência de 2005 a moeda americana estava sendo cotada a 2,57 reais⁵, outra redução de mais de 12%, este patamar é o limite para que o setor agrícola sobreviva. No último mês de fevereiro o dólar estava sendo cotado a 2,11⁶ reais, outra redução de mais de 17%.

Com a taxa cambial neste patamar é praticamente impossível produzir algo para exportação. A valorização do real em relação ao dólar de 2003 à 2006, foi de mais de 42%, ou seja nos últimos 3 anos o patamar de queda do preço da soja caiu proporcionalmente ao mercado cambial. (FINANCE ONE, 2006).

2.4 Planejamento estratégico

Para Rebouças (2002, *apud* COSTA, 2003, p.20), define planejamento como "um processo desenvolvido para o alcance de uma situação desejada de um modo mais eficiente, eficaz e efetivo, com a melhor concentração de esforços e recursos pela empresa". Por isto, o planejamento tende a reduzir as incertezas no processo

³ Cotação do Dólar referente ao dia 14 de fevereiro de 2003.

⁴ Cotação do Dólar referente ao dia 16 de fevereiro de 2004.

⁵ Cotação do Dólar referente ao dia 15 de fevereiro de 2005.

⁶ Cotação do Dólar referente ao dia 16 de fevereiro de 2006.

decisório. É um delineamento de um estado futuro desejado e os meios para alcançá-lo.

O planejamento é um processo contínuo de pensamento sobre o futuro, desenvolvido mediante a determinação de estados futuros desejados e a avaliação de cursos de ação alternativos a serem seguidos para que tais estados sejam alcançados. (REBOUÇAS, 2002 *apud* COSTA, 2003).

O planejamento é ainda um processo contínuo e é executado pela empresa independentemente da vontade do administrador.

O planejamento é uma atividade essencial em qualquer atividade humana, no plano individual e no coletivo. A necessidade de sua formalização está diretamente relacionada ao aumento da complexidade da atividade a ser planejada ou ao tamanho da organização. Em sua acepção mais simples pode-se dizer que com o planejamento o administrador procura prever e avaliar cursos de ação alternativos e resultados a serem alcançados, bem como os meios para atingi-los, como parte de um processo racional de tomada de decisão.

Planejamento, para Ackoff (1976, *apud* LEITE, J., 2006. p. 3), é determinar os objetivos e os meios eficazes para alcançá-los. Esses objetivos devem se realizar no futuro. Portanto, admitindo que o contexto não seja estável, torna-se necessário realizar uma análise do futuro, observando os processos de mudança e trabalhando com a incerteza, a complexidade e a organicidade que deve ser respeitada. O planejamento pode ser entendido, portanto, como um processo de tomada de decisão antecipada.

De acordo com Peter Drucker (1992, *apud* LEITE, J., 2006 , p. 4) , é mais fácil conceituar planejamento pelo que ele não é do que pelo que ele é. Desta forma, o planejamento:

- a) Não é previsão nem adivinhação;
- b) Diz respeito não a decisões futuras, mas a decisões presentes que têm repercussão sobre o futuro;
- c) Não se confunde com o plano;
- d) Não se reduz ao uso de algumas técnicas administrativas ou econômicas;
- e) É importante também no curtíssimo prazo, não somente num horizonte temporal definido no futuro de médio ou de longo prazo;
- f) Não pode ser estático, rígido ou descontínuo;
- g) Não é uma função de assessoria ou uma tarefa secundária;
- h) Não é uma atividade dos planejadores.

O planejamento estratégico define os rumos da organização, estabelece os objetivos e as metas a serem atingidos a curto, médio e longo prazos, as atividades a serem desenvolvidas, os meios, os responsáveis pela execução, as condições para o acompanhamento, avaliação e retro alimentação dos objetivos e metas programados. (BARBOSA, 2004).

2.4.1 Etapas do planejamento

As etapas do planejamento são definidas de diferentes maneiras por diferentes autores.

Para Almeida (2001 *apud* COSTA, 2003, p.33), o processo de desenvolvimento do plano estratégico envolve quatro etapas:

- a) Análise dos aspectos internos;
- b) Análise do ambiente
- c) Comparação da missão ou vocação com o campo de atuação;
- d) Estabelecimento da estratégia vigente;

Para Valadares (2002 *apud* COSTA, 2003, p.34), o planejamento estratégico está didaticamente assentado na seguinte ordem:

- a) Definição de quem somos;
- b) Definição de como estamos;
- c) Definição de o que queremos;
- d) Definição de como atingir o que se quer;
- e) Definição de como estamos indo e como corrigir.

Stoner e Freeman (1999 *apud* COSTA, 2003, p.30), apresentam os seguintes passos para o desenvolvimento do planejamento estratégico:

- a) Formulação de Objetivos
- b) Identificação das Metas e Estratégias Atuais
- c) Análise Ambiental
- d) Análise de Recursos
- e) Identificação de Oportunidades Estratégicas e Ameaças
- f) Determinação do Grau de Mudança Estratégica Necessária
- g) Tomada de Decisão Estratégica
- h) Implementação da Estratégia
- i) Medida e Controle do Progresso

Wright (2000 *apud* COSTA, 2003, p.31), define as referidas etapas como sendo da administração estratégica, entretanto não se diferenciam dos outros autores:

- a) Análise de oportunidades e ameaças do ambiente externo;
- b) Análise do ambiente interno;
- c) Formulação de estratégias;

- d) Implementação de estratégias; e
- e) Controle estratégico.

2.4.2 Planejamento no Empreendimento Rural

Para se desenvolver um planejamento para um empreendimento rural, deve-se considerar que as poucas informações disponíveis nem sempre espelham de fato a realidade, e ainda perceber que nesse tipo de sistema de produção muitas variáveis aleatórias são encontradas. (SCARPELLI, 2001).

Apesar das dificuldades, o planejamento deve ser feito. Para Scarpelli (2001, p.301): “ Em qualquer empreendimento rural, a primeira questão que se coloca é qual ou quais serão os produtos a serem produzidos e em quais quantidades, tendo em vista os recursos disponíveis e o retorno desejado.”

O estudo das características dos recursos disponíveis e das condições do mercado é indispensável para fazer o diagnóstico da situação atual.

2.5 Administração estratégica

A administração estratégica é o processo de tornar a organização capaz de integrar as decisões administrativas e operacionais com as estratégias, procurando dar ao mesmo tempo maior eficiência e eficácia à organização. (BARBOSA, 2004).

Para Barbosa (2004, p. 7):

Eficiência é:

- a) Fazer as coisas de maneira adequada;
- b) Resolver problemas;
- c) Salvar os recursos aplicados;
- d) Cumprir o seu dever;
- e) Reduzir os custos.

Eficácia é:

- a) Fazer as coisas certas;
- b) Produzir alternativas criativas;
- c) Maximizar a utilização de recursos;
- d) Obter resultados;
- e) Aumentar o lucro.

Efetividade é:

- a) Manter-se no ambiente;
- b) Apresentar resultados globais positivos ao longo do tempo (permanentemente).

Oliveira (2005, p.94), define administração estratégica como:

[...] uma administração moderna, que de forma estruturada, sistêmica e indutiva, consolida um conjunto de princípios, normas e funções, para alavancar, harmoniosamente todo o processo de planejamento da situação futura desejada pela empresa [...].

Para Leite J. (2006), a administração estratégica surgiu para pôr fim a um dos principais problemas apresentados pelo planejamento estratégico: a implementação.

A elaboração dos conceitos utilizados no planejamento estratégico por consultores externos isentava os executivos das empresas da responsabilidade de sua implementação.

A administração estratégica reúne planejamento estratégico e administração em um único processo, assegurando aos executivos de diretoria a sua participação na tomada de decisões. Assim, a administração estratégica alia o planejamento estratégico com a tomada de decisão operacional em todos os níveis. (LEITE, J., 2006).

2.6 Estratégias empresariais

As estratégias empresariais são representadas pelo ambiente empresarial e pela situação interna da empresa (OLIVEIRA, 2005).

O ambiente empresarial é o conjunto de todos os fatores externos a empresa, que de forma direta ou indireta, proporcionam ou recebem influências da referida empresa.

Para Oliveira (2005) a análise externa tem por finalidade estudar a relação existente entre a empresa e seu ambiente em termos de oportunidades e ameaças, bem como sua atual posição produtos *versus* mercados e, prospectivamente quanto sua posição produtos *versus* mercados desejada no futuro.

Oliveira (2005, p.121) explica que:

O ambiente empresarial não é um conjunto estável, uniforme e disciplinado, mas um conjunto bastante dinâmico, em que atua constantemente grande quantidade de forças, de diferentes dimensões e naturezas, em direções diferentes, que muda a cada momento, pelo fato de cada uma dessas forças interferir, influenciar e interagir com as demais forças do ambiente.

O ambiente pode oferecer para a empresa oportunidades, as quais devem ser aproveitadas ao máximo, e ameaças as quais procura-se amortecer-las ou absorver-las, ou simplesmente adaptar-se a elas.

Essa resposta empresarial às diversas forças ambientais realimenta o processo de forma positiva ou negativa, o que faz com que a empresa identifique e aprenda a comportar-se diante de uma multiplicidade de forças ambientais diferentes, para manter a sobrevivência, manutenção, crescimento e desenvolvimento.

É preciso interligar os fatores externos e internos a empresa. Mas, deve-se fazer essa consolidação depois de concretizadas as análises dos fatores de maneira isolada.

Deve-se considerar que as oportunidades certas serão escolhidas se (Oliveira, 2005 p.121):

- a) O foco residir na maximização de oportunidades, e não na minimização de ameaças;
- b) Todas as principais oportunidades forem analisadas conjunta e sistematicamente;
- c) Compreender quais oportunidades adaptam-se aos negócios da empresa;
- d) Houver equilíbrio entre oportunidades de curto e de médio prazo.

2.7 Estratégias de Comercialização

Para Azevedo (2001, p.65) “esforços consideráveis são desprendidos no sentido de reduzir o custo da produção da soja, entretanto, tais esforços se transformam em pequenos ganhos que se perdem no momento da venda do produto”.

Vender e comprar não é uma tarefa fácil. Pode ser fatal para um produtor, adotar mecanismos de compra dos insumos e de venda da soja inadequados, mesmo com altos níveis de produtividade e de controle eficiente de custos. Portanto, a eficiência relativa à fazenda é mais abrangente do que apenas sua eficiência produtiva. Entretanto, algumas particularidades devem ser levadas em conta, no momento da venda da soja: Fatores climáticos e a sazonalidade. (AZEVEDO, 2001).

Fatores climáticos devem ser estudados em três níveis: Locais; nacionais e internacionais. Os fatores locais dizem respeito a sua própria produção e de seus vizinhos, ou seja, condições climáticas favoráveis beneficiam a região como um todo, o mesmo se aplica a fatores desfavoráveis que prejudicam o desenvolvimento da mesma, entretanto, o preço da commodity não é influenciado pela supersafra ou quebra de safra de uma região isolada.

Os preços são influenciados sim por uma média nacional. Isso torna os fatores climáticos nacionais um foco importante de estudo ao vender a soja. Mais importante ainda é o estudo dos fatores climáticos internacionais, como a soja é uma commodity pode ser produzida em qualquer lugar, a produção de países como Estados Unidos e a Argentina deve ser acompanhada com cuidado, pois o mercado é muito sensível a qualquer boato ou declaração de produtividade advindo de uma possível supersafra ou quebra de safra decorrente de condições climáticas desses países.

Quanto a sazonalidade, é importante ficar atento a entressafra nacional e internacional. O período de entressafra da soja brasileira é de agosto a fevereiro, a entressafra americana vai de dezembro a agosto, essa característica é denominada sazonalidade, que é um determinante fundamental de comportamento dos preços. (AZEVEDO, 2001).

2.8 Mecanismos de comercialização

Segundo Azevedo (2001) a escolha dos mecanismos de comercialização deve responder a critérios de eficiência econômica e de importância crucial, relacionada diretamente a sobrevivência dos produtores rurais. Entre os mecanismos existentes, estão:

2.8.1 Mercado à vista (Mercado físico):

Tipo de mercado cujas transações se resolvem em um único instante de tempo. O mercado a vista é tipicamente esporádico, mesmo que a compra se repita, não há obrigatoriedade de compra futura. (AZEVEDO, 2001, p.71)

O preço do produto é negociado toda vez no ato da compra, o que apresenta uma alta dose de incerteza no que se refere ao comportamento dos preços.

2.8.2 Mercado a Termo:

[...] têm como referência dois ou mais instantes no tempo. São contratos que as partes acordam que alguns ou todos os elementos da transação podem ocorrer no futuro. Comprador e vendedor podem detalhar um contrato especificando a mercadoria, a data de entrega, o local, meio de

transporte, meio de pagamento e qualquer outro elemento que ambas as partes desejam incorporar ao contrato. (AZEVEDO, 2001, p.72)

Um exemplo desse mecanismo de comercialização é o “soja verde” onde os sojicultores tem a oportunidade de vender a soja ainda durante o processo de produção, ou seja, as agroindústrias, os corretores ou as cooperativas fixam o preço da soja e pagam para os agricultores como uma forma de crédito. Desse modo ambas as partes garantem o preço e ficam assim livres das flutuações do mercado, e o produtor pode fazer um planejamento adequado.

2.8.3 Mercado futuro:

Nesse mercado as transações são padronizadas e simplificadas...Os contratos de futuros especificam apenas o período para entrega, o lugar e objeto transacionado. O período de entrega obedece ao cronograma padrão das instituições responsáveis pela comercialização... do mesmo modo o local da entrega do produto... Somente commodities são objetos de contratos de futuros, sendo a quantidade comercializada necessariamente um múltiplo inteiro de um lote padrão. (AZEVEDO, 2001, p.74)

Outro derivativo do mercado de futuros são as opções. As opções são direitos negociados de contratos futuros. O agricultor pode adquirir apenas o direito de comprar ou vender um contrato futuro de soja, ou ainda vender esse direito de comprar ou vender a soja, pagando apenas um prêmio por isso.

Vale lembrar que esse tipo de operação somente pode ser feito diretamente em uma Bolsa de Mercadorias e Futuros, através de um corretor autorizado.

2.8.4 Estratégias de proteção ao risco: (*hedge*)

Trata-se de uma estratégia de redução de risco, por meio do mercado de futuros, que consiste na realização da operação que exatamente neutraliza a especulação implícita a um negócio qualquer. Essa operação, normalmente, resume-se a compra ou venda de um contrato de futuros de valor semelhante ao valor desse dado negócio, de tal modo que uma eventual perda devida a flutuações nos preços, seja compensada por um ganho no mercado de futuros devido a essas mesmas flutuações. Por outro lado, no caso da variação de preços implicar no ganho no negócio do investidor, o mercado de futuros resultará em uma perda que anule esses ganhos. O benefício dessa operação, portanto, é apenas a redução do risco e não a elevação do lucro esperado. (AZEVEDO, 2001, p.75).

2.9 Tecnologia em gestão de negócios

As constantes evoluções na gestão de negócios têm levado as empresas a adotar ferramentas e metodologias de trabalho mais precisas, objetivas e flexíveis. Isso permite, não apenas a automação dos processos e procedimentos internos, mas também a disponibilização, aos fazendeiros de instrumentos eficazes que auxiliam a busca de maior competitividade. (SANKHYA, 2006).

O *software* é um dos instrumentos de gestão do empreendimento rural mais práticos que existe.

Nesse sentido, Sankhya (2006) alega que o *software* possui um conjunto de fatores que garantem confiabilidade às suas soluções:

- a) Segurança: Permite integração aos sistemas de banco de dados de maior performance, garantindo assim maior segurança, integridade e velocidade de acesso a grandes volumes de informação.
- b) Estrutura Comercial: Fruto do amadurecimento na área de gestão de negócios, os sistemas permitem configurações de estruturas gerenciais mais complexas, visando a análise de custos e resultados operacionais.
- c) BI (*Business Intelligence*): O apoio à tomada de decisões é viabilizado por recursos dinâmicos para visualização das informações, sejam elas estatísticas ou gerenciais.
- d) Visualização Gráfica: Facilita e flexibiliza a visualização das informações e resultados. Esses fatores, em conjunto com os demais, trazem ganhos substanciais à administração.
- e) CRM (*Customer Relationship Management*): A Administração de Relacionamento com Clientes é facilitada por ferramentas ágeis para implementações de estratégias de CRM com extensão para relacionamento com fornecedores e outros tipos de Parceiros.
- f) Interatividade com a Internet: Flexibilidade de acesso às informações pela internet via *browser* (navegador), utilizando a tecnologia ASP (*Active Server Pages*).
- g) Conectividade Remota: Recursos de processamento e armazenamento de dados em larga escala com servidores de informações on-line, o que garante a velocidade de acesso e a segurança dos dados corporativos.
- h) Flexibilidade de Integração com outros Aplicativos: Grande facilidade de exportação e importação de arquivos com outros Sistemas ou Módulos através de formatadores de arquivos de conexões.

3 METODOLOGIA

Segundo Lakatos e Marconi (2003, p.83) método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que com maior segurança e economia permite alcançar o objetivo, conhecimentos válidos e verdadeiros traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões dos cientistas.

A Metodologia de pesquisa tem por objetivo estabelecer uma série de compreensões no sentido de descobrir respostas para as indagações questões que existem em todos os ramos do conhecimento humano. (OLIVEIRA, 2004).

Foi utilizado o método dedutivo de abordagem, por meio da análise das teorias do Planejamento Estratégico e a gestão do Agronegócio.

Esta pesquisa pode ser classificada como exploratória, pois “visa oferecer informações sobre o objeto da pesquisa e orientar para a formulação de futuras pesquisas”. (MEDEIROS, 2003, p. 43).

“As técnicas de pesquisa estão relacionadas com a parte prática da pesquisa, e dividem-se em documentação direta e indireta.” (LAKATOS E MARCONI, 2003, p.222)

A documentação indireta abrange a pesquisa documental e bibliográfica. Grande parte do levantamento bibliográfico foi feito na biblioteca do UniCEUB, com pesquisa em livros, para encontrar as fontes primárias e pesquisa em jornais e periódicos onde foram encontrados materiais técnicos mais atuais. O levantamento documental foi feito em institutos e centros de pesquisas.

A técnica de pesquisa utilizada para elaboração deste trabalho, quanto a sua observação direta intensiva foi uma entrevista não-estruturada e informal com um dos sojicultores da região oeste da Bahia. Quanto à observação direta extensiva, aplicou-se um questionário (APÊNDICE B) constituído por uma série de perguntas fechadas e de múltiplas escolhas com apenas duas questões abertas, que foram respondidas sem a presença do pesquisador. O questionário foi aplicado pelo próprio pesquisador em visita a região Oeste da Bahia, durante o mês de setembro de 2006.

O questionário foi respondido por 11 produtores de soja da região. Foi adotada uma amostra de conveniência não probabilística, pois a distância e o curto tempo não possibilitaram a realização de uma pesquisa em um número maior de fazendeiros.

4. ANÁLISE DA GESTÃO DE EMPREENDIMENTOS RURAIS DE SOJICULTURA DA REGIÃO OESTE DA BAHIA.

Como mencionado no capítulo da metodologia, a técnica de pesquisa de coleta de dados com a documentação indireta, feita em livros mostrou que existem instrumentos de gestão disponíveis, que podem ser usados pelos agricultores. Na pesquisa documental indireta foram encontradas muitas reportagens e matérias amplamente divulgadas, expressando a profunda crise em que se encontra o setor.

A utilização do questionário como técnica de pesquisa direta, mostrou resultados mais específicos, que coletaram informações sobre a administração estratégica da propriedade; sobre acompanhamento técnico profissional; sobre as formas de comercialização; e sua relação com a própria crise do campo.⁷

Conforme citado pela enciclopédia virtual Wikipédia. (2006), dentro da concepção de agronegócio, o empreendimento rural sojicultor esta colocado como: dentro da porteira, ou seja, como forma de produtores rurais.

O perfil dos sojicultores questionados é semelhante. Apenas 18,5% dos fazendeiros cultivam até 1000 hectares, enquanto 63% plantam uma área entre 1000 e 5000 hectares. Os grandes fazendeiros que plantam mais de 5000 hectares representam 18,5% dos questionados.

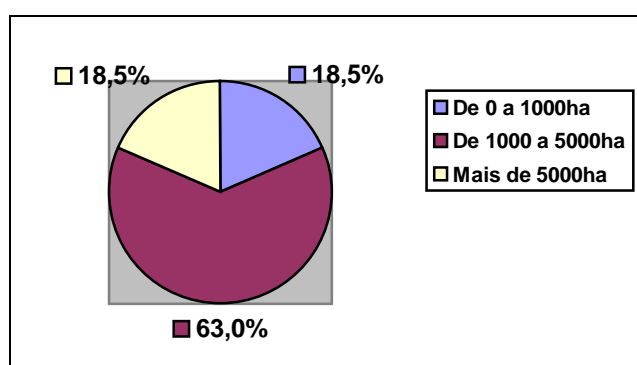


Gráfico 2
Fonte: Representação gráfica elaborada pelo pesquisador.

Esses dados representam a média de hectares por produtor da região. Considerando a média nacional, as fazendas da região oeste da Bahia são consideradas de grande porte, o que já se faz necessário uma profissionalização específica.

⁷ Modelo do questionário aplicado disponível no Apêndice A do trabalho.

4.1 Gestão empreendimento rural

As fazendas hoje devem ser encaradas como negócios, como empresas, como atividades agrícolas profissionais. Para o advogado Almeida Leite (2006, internet) “não existe mais espaço no setor rural brasileiro para amadorismos e falta de profissionalismo... sendo um negócio, as atividades rurais precisam de planejamento e estratégias de crescimento e desenvolvimento”.

Observa-se que 45,5% das fazendas não trabalham com qualquer tipo de gestão, segundo respostas obtidas através da aplicação do questionário. Isso é amadorismo e representa um atraso considerável no seu crescimento.

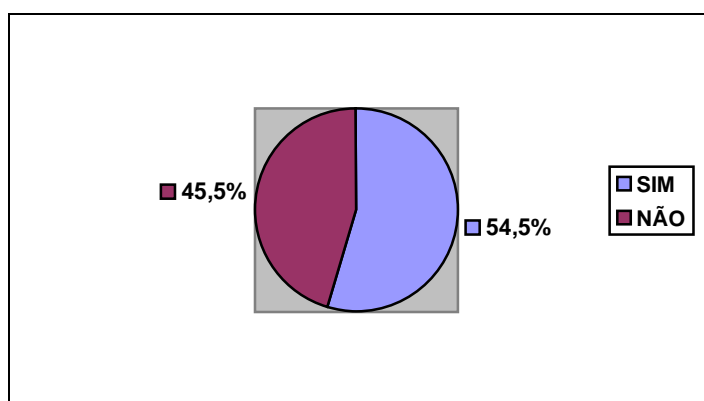


Gráfico 3
Fonte: Representação gráfica elaborada pelo pesquisador.

Um aspecto que já demonstra sinais de alguma profissionalização da agricultura é no que diz respeito ao controle das atividades da propriedade. Para a maioria dos autores, o controle das atividades é um passo fundamental para um bom desenvolvimento do planejamento. Os resultados apresentados pelo questionário apontam que mais de 63% dos produtores já utilizam o computador para fazer seu respectivo controle, entretanto apenas 9%, tem um *software* específico de gestão.

O *software* é uma ferramenta de gestão muito eficiente e cada vez tem se aperfeiçoado para atender as demandas dos empreendimentos rurais. Segundo Sankhya (2006), a aquisição de um *software*, não garante o gerenciamento perfeito, não garante o sucesso nas mudanças e transformações que envolvem a busca contínua por qualidade, produtividade, competitividade, aumento de lucros e maior organização do empreendimento rural. Deve ser desenvolvido um conjunto de soluções constituídas por ferramentas metodológicas de trabalho, que aliadas ao *software*, garantem o sucesso na obtenção de resultados precisos e seguros.

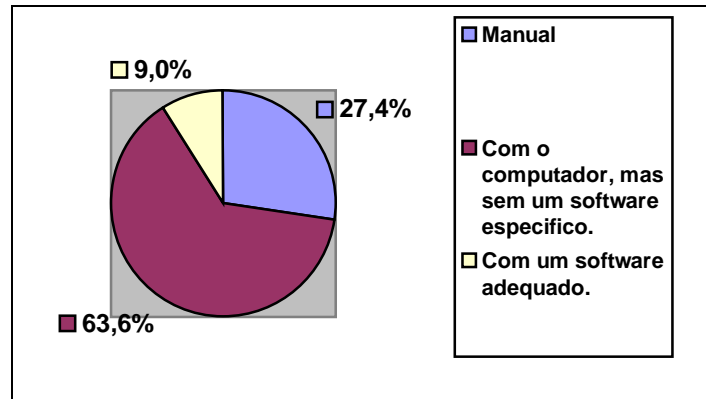


Gráfico 4
Fonte: Representação gráfica elaborada pelo pesquisador.

Detectou-se que, 81% das propriedades rurais do oeste da Bahia já têm acompanhamento técnico de consultores:

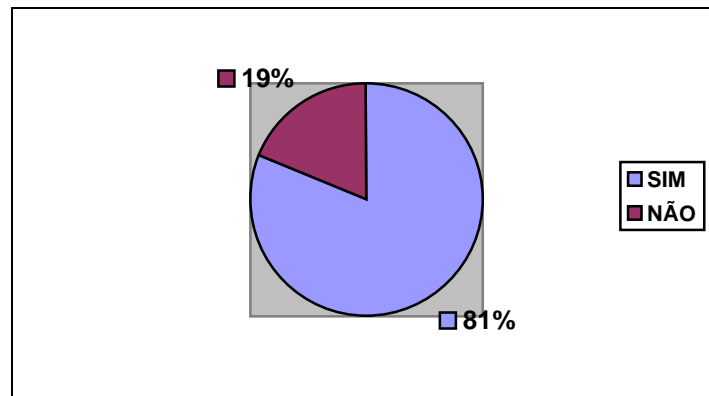


Gráfico 5
Fonte: Representação gráfica elaborada pelo pesquisador.

Entretanto, apenas 19% desses consultores são administradores, a grande maioria da consultoria prestada aos agricultores é feita por agrônomos. Os agrônomos orientam os produtores com eficiência na área técnica operacional da produção da soja: (i) preparo do solo, (ii) plantio, (iii) manejo da lavoura, e (iv) colheita.

Para Oliveira (2005), cabe aos administradores uma orientação profissional estratégica do gerenciamento da produção: (i) planejamento; (ii) organização; (iii) comando; (iv) controle; e (v) coordenação.

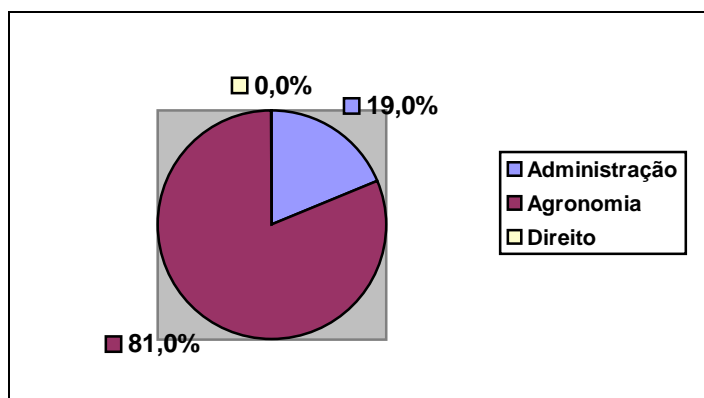


Gráfico 6

Fonte: Representação gráfica elaborada pelo pesquisador.

Um dos maiores desafios do agricultor é compreender, profissionalmente, as ocorrências de fenômenos futuros, bem como as conseqüências e os significados políticos desses fenômenos, não só pelo lado das políticas governamentais a serem implementadas, como, também, pelas decisões a serem tomadas.

A velocidade das transformações econômicas e tecnológicas, exigem dos fazendeiros uma "ação planejada" entretanto, cria dificuldades para a formulação de um planejamento adequado.

O nível de interferência do governo na economia pode apresentar-se como um fator dificultador para o planejamento, na medida em que obriga o administrador a mudar os seus planos numa velocidade que pode ser maior do que a capacidade da organização modificar-se. De forma similar, há fatores econômicos conjunturais, como a inflação, o balanço de pagamentos, a recessão econômica que interferem no processo de planejamento.

Segundo resultado do questionário aplicado, todos os fazendeiros afirmam fazer algum tipo de planejamento, o que é um bom sinal, 64% afirmam fazer um planejamento de ordem operacional, ou seja, feito dentro das propriedades agrícolas concentrado nas atividades básicas e na execução das tarefas. Para Rebouças (2002, *apud* COSTA, 2003) esse tipo de planejamento deve conter detalhes sobre os recursos, produtos e resultados esperados, prazos, responsáveis e procedimentos básicos a serem adotados.

Segundo Rebouças (2002, *apud* COSTA, 2003) planejamento tático é um planejamento de curto prazo, predominantemente quantitativo, abrangendo decisões administrativas e operações e visando a eficiência da organização. Foi apontado como feito por 27% dos produtores, o que é uma média aceitável do ponto de vista da gestão da fazenda, tendo em vista que 81% dos gerentes das fazendas têm

apenas o nível médio, e não são capazes de desenvolver esse tipo de planejamento, enquanto apenas 19% têm nível superior.

O planejamento estratégico é um processo gerencial que normalmente é feito pelo proprietário, foi citado como executado por 45% dos questionados, o que significa uma grave falha. O nível estratégico é o principal foco do planejamento, que possibilita ao proprietário estabelecer o rumo a ser seguido pela empresa, com vistas a obter um nível de otimização na relação da empresa com o seu ambiente. (REBOUÇAS, 2002 apud COSTA, 2003).

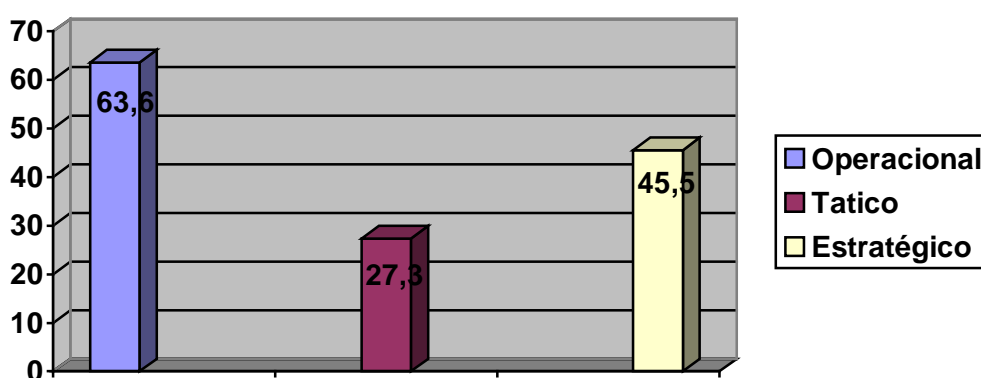


Gráfico 7
Fonte: Representação gráfica elaborada pelo pesquisador.

Para que o planejamento seja aplicado de maneira eficiente pelos agricultores do oeste da Bahia, deve seguir as etapas descritas por Writgh: (i) Análise de oportunidades e ameaças do ambiente externo; o macroambiente, que se compõe de forças político-legais, econômicas, tecnológicas e sociais. Ou ainda de fatores externos específicos que afetam apenas o setor, por exemplo, fatores climáticos e a sazonalidade. (ii) Análise do ambiente interno; a caracterização dos pontos fortes e dos pontos fracos. (iii) Formulação de estratégias; (iv) Implementação de estratégias; e (v) Controle estratégico.

Uma das estratégias empresariais mencionadas anteriormente por Oliveira (2005), é evitar o impacto das forças desfavoráveis e aproveitar as oportunidades do ambiente para manter o crescimento e o desenvolvimento do empreendimento.

O planejamento é útil para empresas, países, regiões etc. Ele se torna mais importante ainda em condições de crise econômica, de escassez de recursos ou em situações de mudança estrutural ou tecnológica. No entanto, o planejamento é

negligenciado por muitos administradores, por suas dificuldades de formulação e implementação.

4.2 Planejamento tributário.

É necessário que os agricultores desenvolvam um planejamento tributário sério, constante e seqüencial, afim de que, identifique e apure os gastos desnecessários em matérias tributárias, para que assim possam reduzir, de algum modo, encargos fiscais, impostos, contribuições, taxas.

A racionalidade decorrente do planejamento tributário pode evitar dispêndios inúteis, poupando recursos e maximizando resultados. (LEITE, A., 2006).

Todos os agricultores que almejam algum resultado de sucesso em seus negócios devem voltar suas atenções para as questões tributárias de seu setor.

4.3 Estratégias de Comercialização

Questionados a respeito das estratégias de comercialização, mais de 80% dos agricultores do oeste baiano afirmaram que uma parte da produção já está vendida antes da sua colheita e o restante é vendido conforme a necessidade de recursos. Isto quer dizer que grande parte dos agricultores vende antecipadamente sua produção para custear a lavoura, e para garantir a venda. Esta questão mostrou ainda que os agricultores não escolhem fases do ano para que a venda seja efetivada, para buscar melhores preços. A sazonalidade mencionada por Oliveira (2005), como uma estratégia eficiente de comercialização não é utilizada pelos plantadores de soja da região oeste da Bahia.

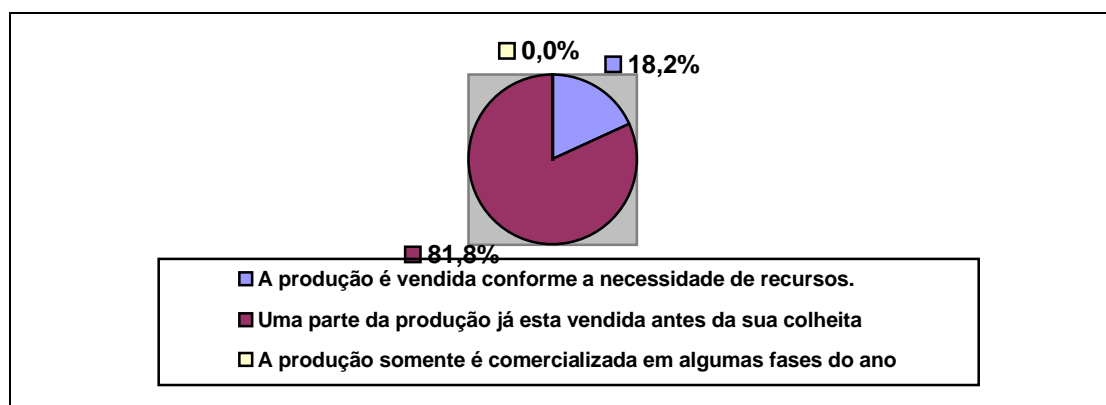


Gráfico 8

Fonte: Representação gráfica elaborada pelo pesquisador.

4.4 Mecanismos de comercialização.

Segundo Azevedo (2001), a escolha dos corretos mecanismos de comercialização é indispensável a sobrevivência dos produtores.

Questionados a respeito dos mecanismos de comercialização, os agricultores da região oeste da Bahia, aproximadamente 50% vendem sua produção a vista no mercado físico, tanto para corretores locais como as agroindústrias. O preço do produto é negociado toda vez no ato da venda.

Metade dos agricultores baianos pesquisados utilizam-se desse mecanismo “soja verde”, apesar de ser seguro, o retorno ao agricultor é baixo.

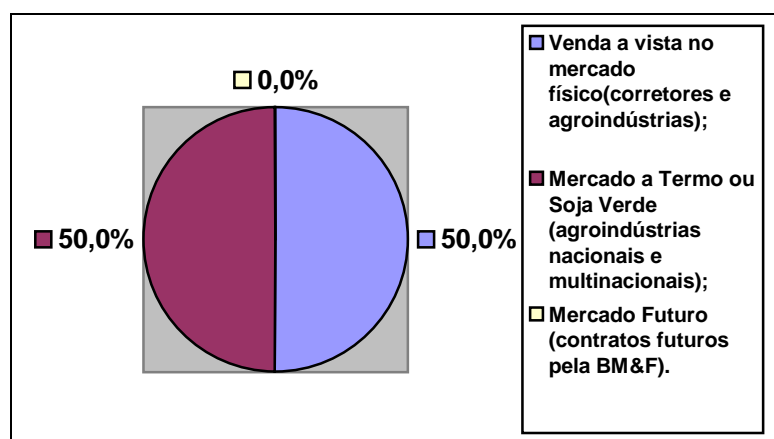


Gráfico 9
Fonte: Representação gráfica elaborada pelo pesquisador.

A negociação de contratos futuros feita pela Bolsa de mercadorias e futuros não é utilizada pelos agricultores da região oeste da Bahia como um mecanismo de comercialização, segundo respondido no questionário aplicado.

4.5 Causas e conseqüências da crise agronegócio

Segundo a opinião dos agricultores da região oeste da Bahia que responderam a questão aberta nº11 do questionário a qual solicitava que citassem as principais causas da crise do agronegócio: Praticamente 100% dos agricultores atribuem ao câmbio, ou seja, a valorização do real em relação ao dólar como uma das causas da crise. Em segundo lugar citado por mais de 60% dos entrevistados foram as políticas governamentais equivocadas, o que incluem falta de incentivos e de subsídios agrícolas. Praticamente empatados em terceiro lugar como uma das causas da crise, com aproximadamente 20% cada, a alta carga tributária e o

excesso de oferta de produto no mercado. Por fim o planejamento interno da propriedade e o alto custo da produção marcaram menos de 10% cada, como causas da crise do setor pelos agricultores.

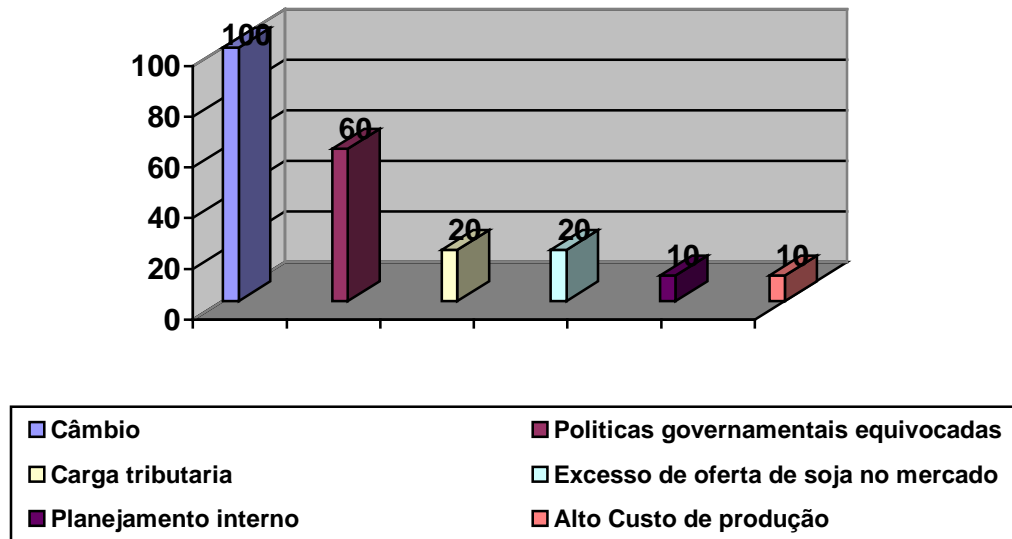


Gráfico 10
Fonte: Representação gráfica elaborada pelo pesquisador..

A referida crise do agronegócio brasileiro afetou profundamente mais de 63 % dos fazendeiros do oeste da Bahia, segundo questionário aplicado. Outros 36% foram afetados pelo menos um pouco. O que é possível afirmar, é que nenhum fazendeiro ficou isento de algum tipo de prejuízo relacionado a crise.

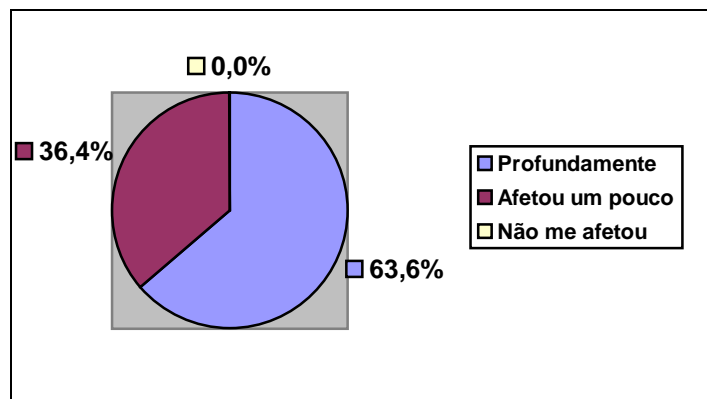


Gráfico 11
Fonte: Representação gráfica elaborada pelo pesquisador.

Em nacional, Lourenço (2006) afirma que também houve redução de 20% nas vendas de fertilizantes e de defensivos agrícolas e de 40% na comercialização de máquinas e implementos. "Isso significa interrupção dos movimentos de expansão das fronteiras físicas da produção e paralisação de investimentos em ampliação da

capacidade produtiva e de melhoria de eficiência e competitividade setorial do agronegócio" (LOURENÇO, 2006).

Ainda segundo o Lourenço, pesquisas apresentam perdas diretas de R\$ 30 bilhões em 2006, ou seja, essa é a pior crise dos últimos 40 anos.

Outro ponto negativo, devido à crise no campo apresentada por Lourenço, é perdas diretas no Valor Bruto de Produção (VBP) e no faturamento das cooperativas.

Segundo Getúlio Pernambuco (2006) chefe do departamento econômico da Companhia Nacional de Abastecimento CNA, o Produto Interno Bruto (PIB) do agronegócio brasileiro, ou seja, toda a riqueza produzida pelo setor, terá, esse ano, a maior queda dos últimos dez anos. Em relação ao ano passado, a queda foi de 10,5%. A crise é bastante profunda para o setor rural e reflete em todos os setores da economia nacional.

Segundo números da ANFAVEA, (2006) – Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores⁸, demonstram que a retração de investimentos agrícolas provocou queda de vendas no mercado interno. A indústria automotiva mais especificamente a de caminhões e máquinas agrícolas é um dos segmentos que sofreu alterações negativas nas vendas como reflexo da crise agropecuária. No segmento de caminhões a queda chegou a 1,5% -, mas no setor de máquinas o reflexo da crise foi maior: em outubro, as vendas no mercado interno ficaram 43% inferiores ao mesmo período do ano passado, no acumulado do ano, as vendas caíram 39,2%.

4.6 Influência do Câmbio.

Em entrevista informal e não-estruturada concedida ao pesquisador, o sojicultor Renato Joner, afirma que a valorização da moeda brasileira é prejudicial ao setor, pois diminui a receita obtida pelo segmento agrícola exportador, e os importadores compram dólares com menos reais, e reduz o preço em reais dos produtos agropecuários nacionais no mercado interno, já que a cotação de muitos destes produtos (soja, milho, café....) é feita em bolsa de mercadorias fora do Brasil

⁸ Fonte: Portal do Fazendeiro, 2006. Informação obtida na ANFAVEA pela jornalista Sonia Marques do Portal do Fazendeiro, para série de reportagens sobre a crise do agronegócio.

(CBOT - Chicago Board of Trade, para commodities e NYSE - New York Stock Exchange, para bebidas).

Ainda segundo Joner, a grande maioria dos insumos consumidos pelos agricultores da região como; adubos, defensivos químicos, máquinas e equipamentos, são importados ou dependem diretamente da cotação do dólar.

E consenso também entre os sojicultores questionados que a valorização do real em relação ao dólar, é o principal causador da crise do setor.⁹

Portanto pode se dizer que entre todos os instrumentos de política econômica adotados pelo governo, o que mais interfere no desenvolvimento da atividade agrícola da região oeste da Bahia hoje, é a política cambial. O que ficou comprovado com os resultados do questionário e da entrevista, respondido pelos próprios produtores.

⁹ Ver gráfico 10.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como foco os instrumentos de gestão do empreendimento rural, e a crise do agronegócio na região oeste da Bahia. Os objetivos se dividiram entre estudar os fatores externos causadores da crise do agronegócio e fatores internos ligados aos instrumentos de gestão do empreendimento rural na sojicultura.

Os fatores externos levantados como causadores da crise foram: a política cambial, política econômica, e a política tributária. Esses fatores foram apontados tanto por produtores agrícolas da região oeste da Bahia, como por pesquisas, matérias e reportagens publicadas em diversos veículos de comunicação.

Quanto aos fatores internos, ligados a administração do empreendimento rural, foram levantados vários instrumentos de gestão como: planejamento estratégico, administração estratégica, estratégias empresariais, estratégias de comercialização, mecanismos de comercialização e o uso de software como tecnologia de gestão.

Os resultados obtidos mostram que o principal fator causador da crise do agronegócio foi a valorização da moeda brasileira em relação ao dólar, ou seja, políticas econômicas equivocadas. Essa situação desfavorável afetou de maneira negativa toda a região. Isso explica os elevados custos de produção e baixos preços de venda da soja no mercado interno.

Foi possível perceber que a atividade agrícola precisa se modernizar, deve ser encarada com uma empresa, como um negócio. Entretanto, são poucos os agricultores da região oeste da Bahia que percebem esse fato. Poucos produtores rurais utilizam ferramentas de planejamento.

Os mecanismos de comercialização oferecidos são abundantes, mas seu uso é limitado pelos fazendeiros.

Nota-se que o controle das atividades das fazendas é pouco profissional, entretanto, existem muitas ferramentas disponíveis, como softwares de gestão.

O desenvolvimento do trabalho se limitou em apenas uma região, e a apenas um tipo de agricultor, os sojicultores.

Algumas limitações físicas também foram encontradas: a distância entre Brasília e a região oeste da Bahia. As visitas a região eram mensais, isso explica algumas dificuldades para a aplicação dos questionários. Além do curto tempo disponível para a redação de um trabalho amplo como este.

Por fim, segundo respostas obtidas pela questão aberta número 13, e pelo levantamento teórico obtido, pode-se afirmar que instrumentos de gestão administrativa mais eficientes e eficazes possibilitariam a minimização dos efeitos da crise para os produtores de soja da região oeste da Bahia.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO DE AGRICULTORES E IRRIGANTES DA BAHIA, AIBA. **Números da Safra 2005/2006**. 2006. Disponível em < <http://www.aiba.com.br>> Acesso em: 20 out 2006.

AZEVEDO, Paulo Furquim de. Comercialização de produtos agroindustriais. In: BATALHA, Mario Otavio. **Gestão agroindustrial**. São Paulo: Atlas, 2001.

BARBOSA, João Alves. **Planejamento estratégico**. Disponível em: http://www.unice.br/downloads/Joao_Alves_Barbosa/Planejamento_Estrategico-Barbosa.doc. Acesso em 15 de outubro de 2006.

BRASIL, Ministério da Fazenda. **Receita Federal. Carga tributaria no Brasil, 2005**. 2006. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br/Publico/EstudoTributario/cargafiscal/CTB2005.pdf>. Acesso em 24 out 2006.

COSTA, Sergio Henrique Barroca. **Um estudo sobre o grau de utilização do planejamento estratégico nas microempresas e empresas de pequeno porte de Brasília**. 2003. Dissertação de Pós graduação. Florianópolis. 2003.

FINANCE ONE. **Histórico do dólar**. Disponível em:<<http://www.financeone.com.br/histdolar.php?lang=br&como=periodo>>. Acesso em 18 de outubro de 2006. 12:30.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LEITE, Almeida. **Crise do agronegócio brasileiro**. Disponível em: <http://www.notadez.com.br/content/artigo_notadez_001.asp>. Acesso em: 18 out. 2006.

LEITE, Jorge. **Formulação de Política e Estratégia empresarial**. Brasília: Uniceub, 2006.

NANTES, José Flávio Diniz; SCARPELLI, Moacir. Gestão da produção rural no agronegócio. In: BATALHA, Mario Otavio. **Gestão agroindustrial**. São Paulo: Atlas, 2001.

NEVES, Marcos Fava; et al. Administração de Vendas. In: NEVES, Marcos Fava; CASTRO, Luciano Thomé e. **Marketing e estratégia em agronegócios e alimentos**. São Paulo: Atlas S.A / Pensa, 2003.

NOTADEZ SISTEMAS INTELIGENTES. **Crise do agronegócio brasileiro**. 2006. Disponível em: <http://www.notadez.com.br/content/artigo_notadez_001.asp>. Acesso em: 18 out 2006.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Estratégia empresarial & Vantagem competitiva**: Como estabelecer, implementar e avaliar. 4 ed. São Paulo: Atlas 2005.

FRANCO, Gustavo. **Pontifícia Universidade Católica**. Departamento de economia. Rio de Janeiro, 1999. Disponível em: <<http://www.econ.puc-rio.br/gfranco/a35.htm>>. Acesso em 18 out 2006.

PORTAL DO FAZENDEIRO. **Serie a crise do agronegócio**. 2006. Disponível em: <http://www.fazendeiro.com.br/noticias/serie_crise.asp>. Acesso em 17 out 2006.

ROCHA, Keiler Carvalho, **Economia Net**. Commodities. 2006. Disponível em: <http://www.economiabr.net/economia/5_commodities.html>. Acesso em: 19 out 2006.

SCARPELLI, Moacir. Planejamento e controle da produção. In: BATALHA, Mario Otavio. **Gestão agroindustrial**. São Paulo: Atlas, 2001.

SANKHYA. Gestão de negócios. 2006. Disponível em: www.sankhya.com.br. Acesso em: 10 out 2006.

TRIBUNA DO INTERIOR. **Agricultura**. Campo Mourão, 2006. Disponível em: <http://www.tribunadointerior.com.br/index.php?pag=noticias&id_noticia=9407&conjunto=9407&id_usuario=¬icias>. Acesso em: 18 out 2006

UNIVERSIDADE DE BRASILIA UNB. **Dicionário de introdução a economia**. 2006. Disponível em: <<http://www.unb.br/face/eco/inteco/dicionarioc.htm>>. Acesso em 10 out 2006.

WAACK, Roberto Silva. Gerenciamento de tecnologia e inovação em sistemas agroindustriais. In: ZYLBERSZTAJN, Décio; NEVES, Marcos Fava. **Economia e gestão dos negócios agroalimentares**. São Paulo: Pioneira, 2000.

WIKIPEDIA ENCICLOPÉDIA LIVRE. **Agronegócio**. 2006. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Agroneg%C3%B3cio>> Acesso em: 19 out 2006.

24 HORAS NEWS. **Soja: Redução de área pode causar perda de até 114 mil postos de trabalho**. 2006. Disponível em: <<http://www.24horasnews.com.br/index.php?tipo=ler&mat=188439>>. Acesso em 18 out 2006.

APÊNDICE

APÊNDICE A – MODELO DO QUESTIONARIO.

Este questionário tem como objetivo, colher informações para a elaboração de um levantamento técnico/qualitativo da situação atual dos produtores de soja da região oeste da Bahia. Os resultados servirão de base para o estudo sobre os instrumentos de gestão do empreendimento rural. A sua colaboração para o desenvolvimento desta pesquisa é fundamental para que se minimize os efeitos da crise.

Nome:

Propriedade:

(O preenchimento do nome e da propriedade são opcionais)

Questionário

1. Qual o tamanho da sua propriedade:
 - De 0 a 1000ha;
 - De 100ha a 5000ha;
 - Mais de a 5000ha.

2. Qual a formação do gestor (gerente) da fazenda?
 - Nenhuma – baixa escolaridade;
 - Média – segundo grau completo;
 - Alta – curso superior.

3. A Fazenda tem acompanhamento técnico de consultores?
 - Sim
 - Não

4. De que área técnica são os consultores?
 - Agronomia;
 - Administração;
 - Direito.

5. A Fazenda faz algum tipo de planejamento?
 - Sim
 - Não

6. Caso a Fazenda tenha um planejamento, em que nível ele atua?
 - Operacional;
 - Tático;
 - Estratégico.

7. A propriedade trabalha com um sistema de gestão?

Sim

Não

8. Como é feito o controle das atividades da propriedade?

Manual;

Com um computador, mas sem um software específico;

Com um software específico.

9. Como é feita a comercialização da produção?

A produção é vendida conforme a necessidade de recursos;

Uma parte da produção já está vendida antes da sua colheita;

A produção somente é comercializada em algumas fases do ano.

10. Quais são os mecanismos utilizados para a venda da produção?

Venda a vista no mercado físico (corretores e agroindústrias);

Mercado a Termo ou Soja Verde (agroindústrias nacionais e multinacionais);

Mercado Futuro (contratos futuros pela BM&F).

11. Na sua opinião, quais são as principais causas da crise do agronegócio (em tópicos no máximo três)?

12. De que forma a crise o afetou?

Profundamente;

Afetou um pouco;

Não me afetou.

13. Você acredita que o setor estaria em melhores condições hoje se fossem utilizados instrumentos de gestão administrativa mais eficientes? Por que?

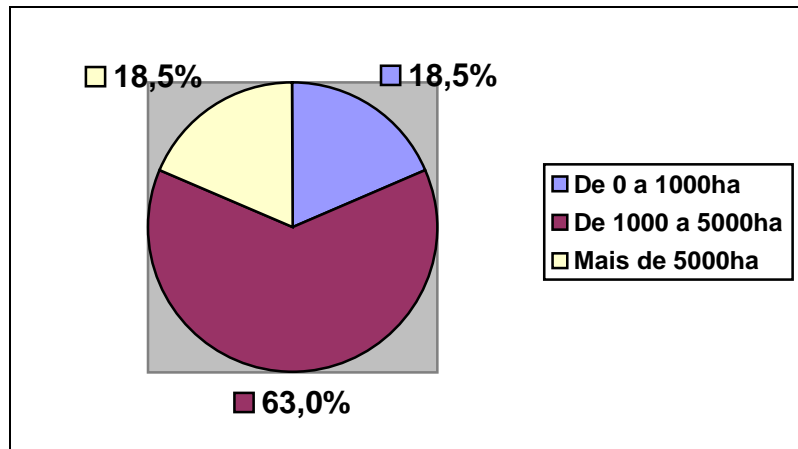
APÊNDICE B – TABULAÇÃO DOS DADOS

QUESTÃO 01. Qual o tamanho da sua propriedade?

TABELA 01

ALTERNATIVAS		PERCENTUAL
De 0 a 1000ha	2	18,5%
De 1000ha a 5000ha	7	63%
Mais de 5000ha	2	18,5%
TOTAL	11	100%

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pelo aluno André Joner, para o Projeto final do curso de Administração do UniCeub. Luis E. Magalhães, setembro 2006.



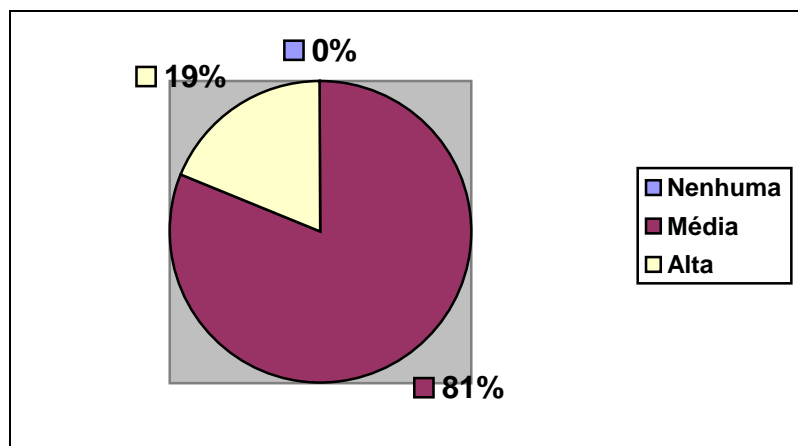
Fonte: Representação gráfica elaborada aluno André Joner, para conclusão do Projeto de Monografia do curso de Administração do UniCeub. Brasília setembro 2006.

QUESTÃO 02. Qual a formação do gestor (gerente) da Fazenda?

TABELA 02

ALTERNATIVAS		PERCENTUAL
Nenhuma – baixa escolaridade	0	0%
Média – segundo grau completo	9	81%
Alta – curso superior	2	19%
TOTAL	11	100%

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pelo aluno André Joner, para o Projeto final do curso de Administração do UniCeub. Luis E. Magalhães, setembro 2006.



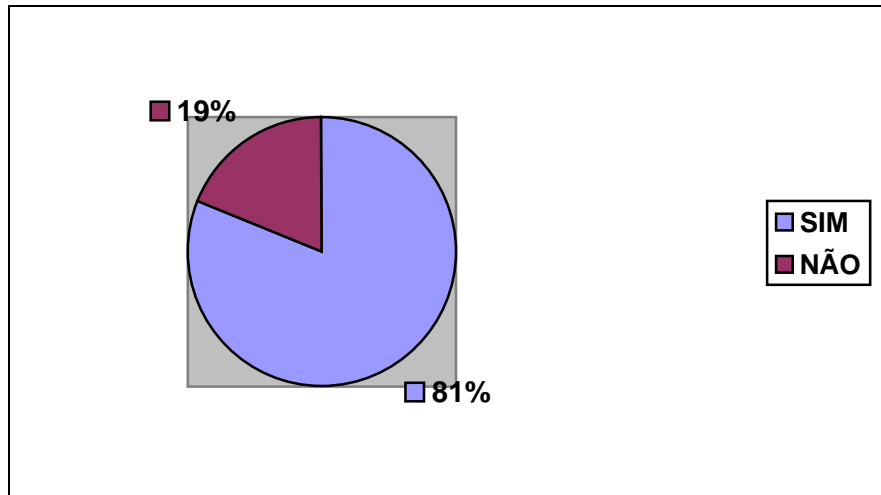
Fonte: Representação gráfica elaborada aluno André Joner, para conclusão do Projeto de Monografia do curso de Administração do UniCeub. Brasília setembro 2006.

QUESTÃO 03. A Fazenda tem acompanhamento técnico de consultores?

TABELA 03

ALTERNATIVAS		PERCENTUAL
SIM	9	81%
NÃO	2	19%
TOTAL	11	100%

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pelo aluno André Joner, para o Projeto final do curso de Administração do UniCeub. Luis E. Magalhães, setembro 2006.



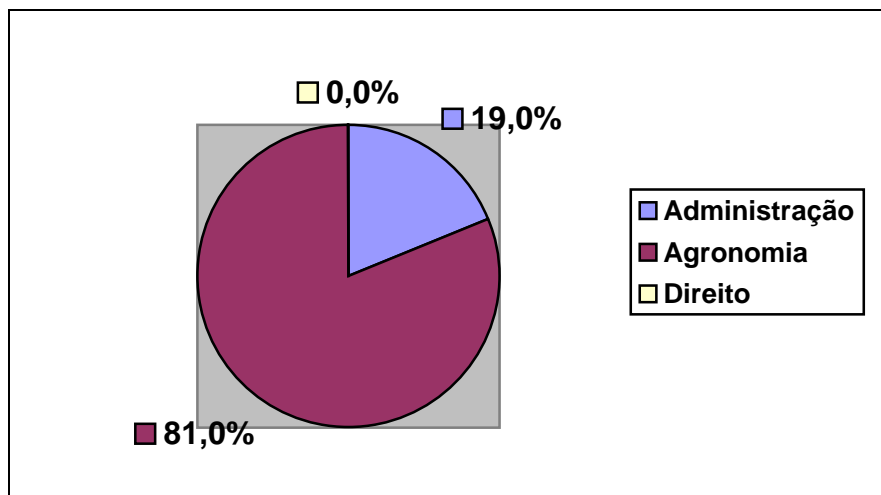
Fonte: Representação gráfica elaborada aluno André Joner, para conclusão do Projeto de Monografia do curso de Administração do UniCeub. Brasília setembro 2006.

QUESTÃO 04. De que área técnica são os consultores?

TABELA 04

ALTERNATIVAS		PERCENTUAL
Agronomia	9	81%
Administração	2	19%
Direito	0	0%
TOTAL	11	100%

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pelo aluno André Joner, para o Projeto final do curso de Administração do UniCeub. Luis E. Magalhães, setembro 2006.

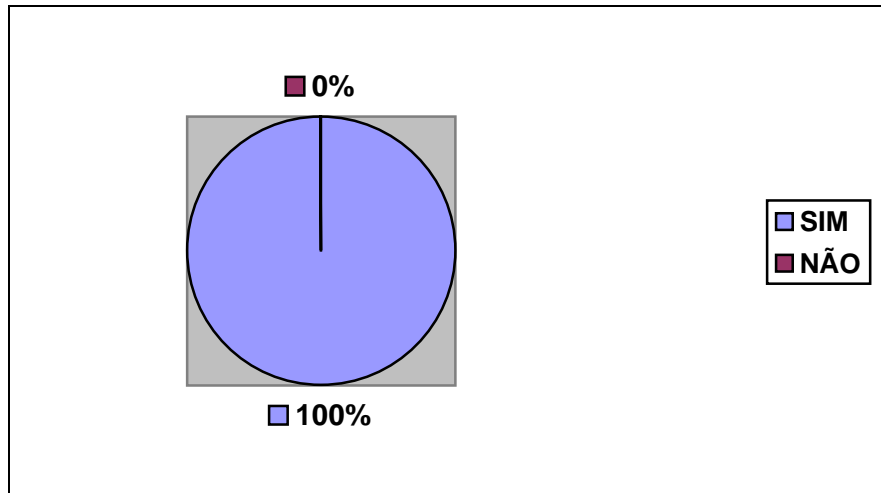


Fonte: Representação gráfica elaborada aluno André Joner, para conclusão do Projeto de Monografia do curso de Administração do UniCeub. Brasília setembro 2006.

QUESTÃO 05. A Fazenda faz algum tipo de planejamento?

ALTERNATIVAS		PERCENTUAL
SIM	11	100%
NÃO	0	0%
TOTAL	11	100%

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pelo aluno André Joner, para o Projeto final do curso de Administração do UniCeub. Luis E. Magalhães, setembro 2006.

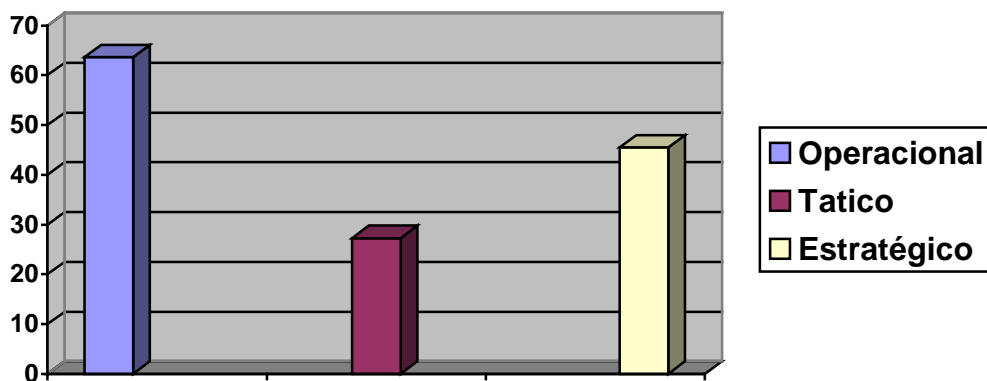


Fonte: Representação gráfica elaborada pelo aluno André Joner, para conclusão do Projeto de Monografia do curso de Administração do UniCeub. Brasília setembro 2006.

QUESTÃO 06. Caso a Fazenda tenha um planejamento, em que nível ele atua?

ALTERNATIVAS		PERCENTUAL	
		SIM	NÃO
Operacional	7	63,6%	36,4%
Tático	3	27,3%	72,7%
Estratégico	5	45,5%	54,5%
TOTAL	15		

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pelo aluno André Joner, para o Projeto final do curso de Administração do UniCeub. Luis E. Magalhães, setembro 2006.

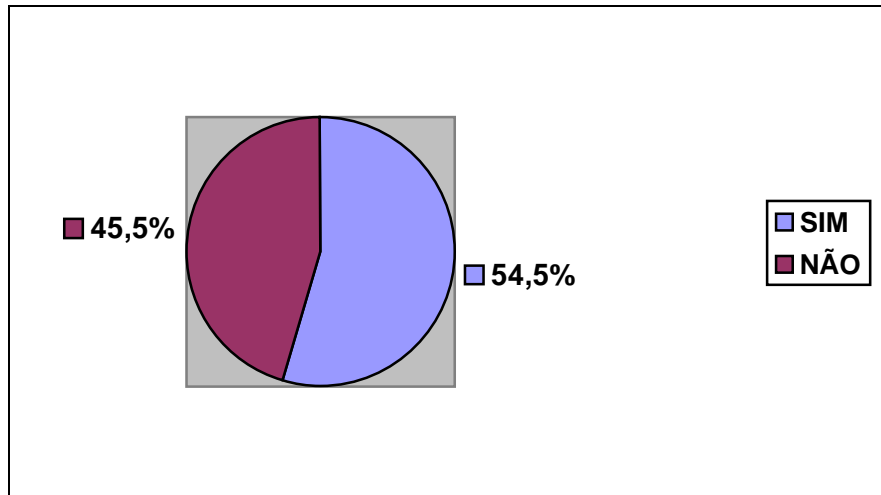


Fonte: Representação gráfica elaborada pelo aluno André Joner, para conclusão do Projeto de Monografia do curso de Administração do UniCeub. Brasília setembro 2006.

QUESTÃO 07. A propriedade trabalha com um sistema de gestão?

ALTERNATIVAS		PERCENTUAL
SIM	6	54,5%
NÃO	5	45,5%
TOTAL	11	100%

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pelo aluno André Joner, para o Projeto final do curso de Administração do UniCeub. Luis E. Magalhães, setembro 2006.



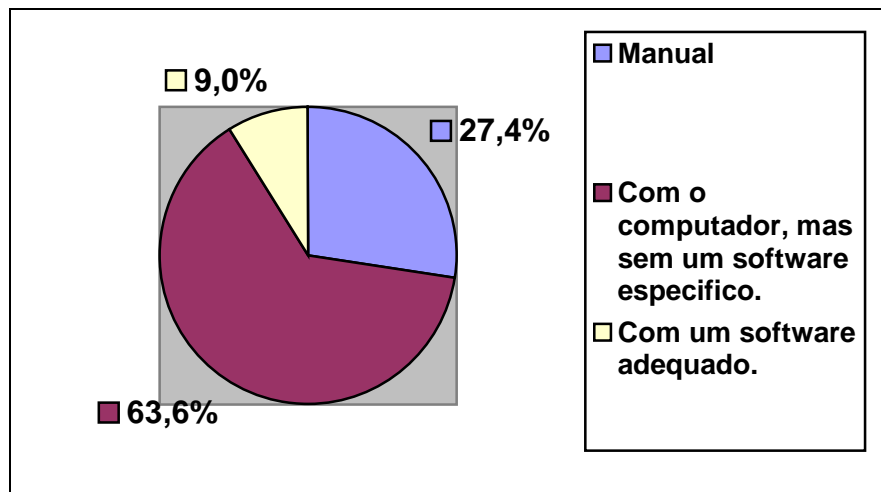
Fonte: Representação gráfica elaborada aluno André Joner, para conclusão do Projeto de Monografia do curso de Administração do UniCeub. Brasília setembro 2006.

QUESTÃO 08. Como é feito o controle das atividades da propriedade?

TABELA 08

ALTERNATIVAS		PERCENTUAL
Manual	3	27,4%
Com o computador, mas sem um software específico.	7	63,6%
Com um software adequado.	1	9%
TOTAL	11	100%

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pelo aluno André Joner, para o Projeto final do curso de Administração do UniCeub. Luis E. Magalhães, setembro 2006.



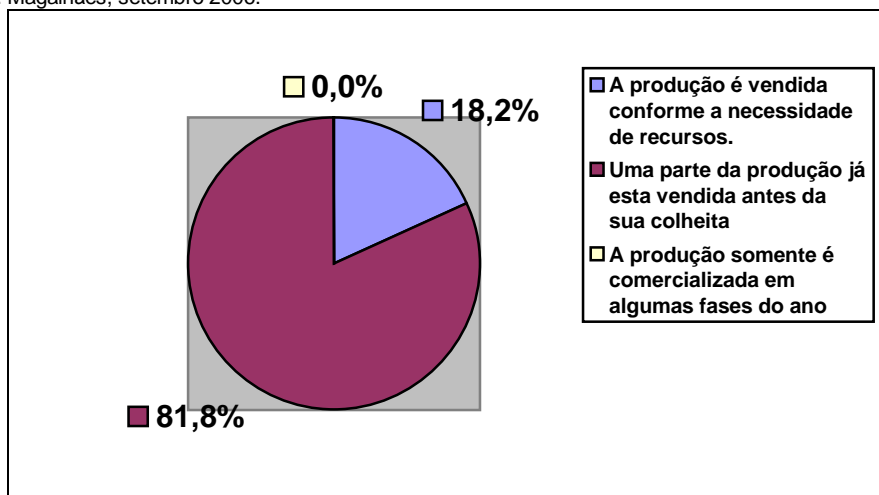
Fonte: Representação gráfica elaborada aluno André Joner, para conclusão do Projeto de Monografia do curso de Administração do UniCeub. Brasília setembro 2006.

QUESTÃO 09. Como é feita a comercialização da produção?

TABELA 09

ALTERNATIVAS		PERCENTUAL
A produção é vendida conforme a necessidade de recursos.	2	18,2%
Uma parte da produção já está vendida antes da sua colheita.	9	81,8%
A produção somente é comercializada em algumas fases do ano.	0	0%
TOTAL	11	100%

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pelo aluno André Joner, para o Projeto final do curso de Administração do UniCeub. Luis E. Magalhães, setembro 2006.



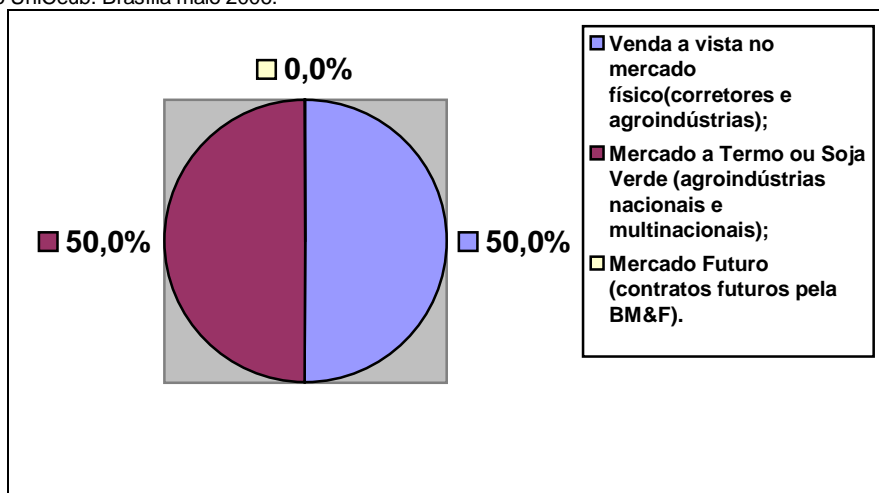
Fonte: Representação gráfica elaborada aluno André Joner, para conclusão do Projeto de Monografia do curso de Administração do UniCeub. Brasília setembro 2006.

QUESTÃO 10. Quais são os mecanismos utilizados para a venda da produção?

TABELA 10

ALTERNATIVAS		PERCENTUAL
Venda a vista no mercado físico (corretores e agroindústrias);	7	50%
Mercado a Termo ou Soja Verde (agroindústrias nacionais e multinacionais);	7	50%
Mercado Futuro (contratos futuros pela BM&F).	0	0%
TOTAL	14	100%

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pelo aluno André Joner, para o Projeto de Estágio Supervisionado II do curso de Administração do UniCeub. Brasília maio 2006.



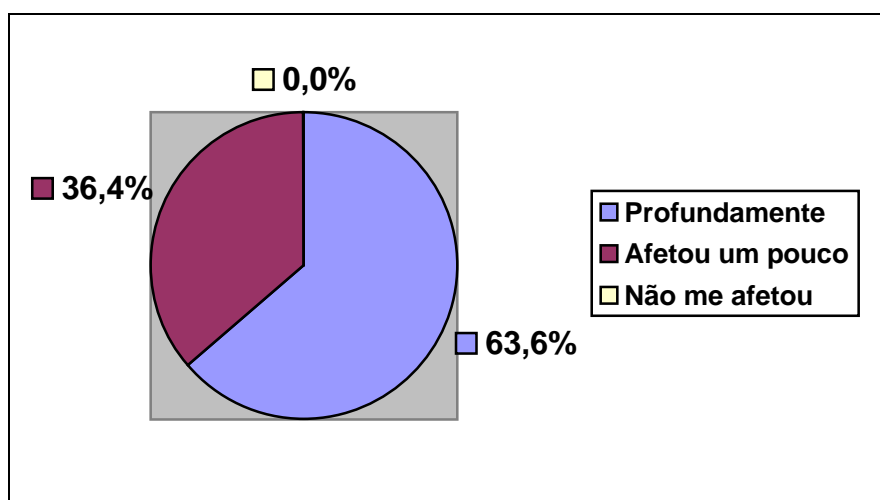
Fonte: Representação gráfica elaborada aluno André Joner, para o Projeto de Estágio Supervisionado II do curso de Administração do UniCeub. Brasília maio 2006.

QUESTÃO 12. De que forma a crise o afetou?

TABELA 12

ALTERNATIVAS		PERCENTUAL
Profundamente	7	63,6%
Afetou um pouco	4	36,4%
Não me afetou	0	0%
TOTAL	11	100%

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pelo aluno André Joner, para o Projeto final do curso de Administração do UniCeub. Luis E. Magalhães, setembro 2006.



Fonte: Representação gráfica elaborada pelo aluno André Joner, para conclusão do Projeto de Monografia do curso de Administração do UniCeub. Brasília setembro 2006.

ANEXOS

Anexo A:



BAHIA - REGIÃO OESTE					
CULTURAS	Área	Prod.	Produtiv.	Produtiv.	VBP
	<i>(ha)</i>	<i>(tn)</i>	<i>(kg/ha)</i>	<i>(Unid/ha)</i>	<i>Milhões R\$</i>
SOJA	870.000	1.983.600	2.280	38 Sc	727,32
ALGODÃO	211.181	744.413	3.525	235 @ <i>car</i>	873,44
MILHO	126.000	506.520	4.020	67 Sc	118,19
CAPIM	23.800	10.710	450	400 kg	31,42
CAFÉ	14.264	41.936	2.940	49 Sc	230,65
SORGO	5.000	12.000	2.400	40 Sc	2,20
FEIJÃO IRRIG.	3.500	10.080	2.880	48 Sc	10,08
DEMAIS	265.000	500.000	---	---	550,00
TOTAL	1.518.745	3.809.259	---	---	2.543,30

AIBA - Mai/06

ANEXO B:

Economia

25/08/2006 - 07h36

Soja: Redução de área pode causar perda de até 114 mil postos de trabalho

Redação 24HorasNews

Estudo feito pelos professores da Universidade Federal de São Carlos (Ufscar), Danilo R. D. Aguiar e Hildo Meirelles de Souza Filho, aponta que uma redução de 1,5 milhão de hectares na área plantada de soja em Mato Grosso pode causar a perda de até 114 mil postos de trabalho. Doutores em economia, os especialistas também projetam uma queda de R\$ 130 milhões na arrecadação do Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS) e redução de R\$ 6,3 bilhões no valor da produção. A perda de renda salarial também é alarmante: cerca de R\$ 1,5 bilhão por ano. "Essa projeção se dará caso pior cenário se concretize. Se nada for feito para restabelecer a renda do setor, isso irá acontecer sem sombra de dúvidas", prevê Aguiar.

O presidente da Associação dos Produtores de Soja de Mato Grosso (Aprosoja/MT), Rui Prado, concorda que a redução de área pode agravar a crise econômico no estado. "Precisamos de medidas que estruturam o setor. Uma alternativa seria a mudança no câmbio", exemplifica Prado.

O estudo dos professores foi feito levando em consideração os efeitos diretos, indiretos e induzidos da redução de área. Os doutores projetaram quatro cenários que levam em consideração uma produtividade de 40 sacas por hectare. Os dois primeiros simulam uma diminuição de 1 milhão de hectares com um preço médio de R\$ 20,00 e R\$ 25,00 a saca. O terceiro e o quarto projetam uma queda de 1,5 milhão de hectares considerando os mesmos valores de venda dos dois primeiros quadros.

ANEXO C – CRISE DO AGRONEGÓCIO

Entidades agrícolas, medidas para o campo ficam aquém do necessário

Redação - 29/05/2006 - 09:00



Pacote do governo de medidas para o setor agrícola não contenta entidades

Antonio Marcio

Campo Mourão

As duas principais entidades que representam o setor agrícola no Paraná entendem que as o pacote de medidas anunciado pelo governo federal ficou aquém do necessário. Na avaliação do presidente da Federação da Agricultura do Estado do Paraná (Faep), Ágide Meneguette, o governo não entendeu a natureza da crise agropecuária. Já o presidente do Sistema Ocepar, João Paulo Koslovski, diz que um bom plano safra não salvará os agricultores que não puderem financiar as suas dívidas passadas.

Koslovski destaca que faltou ao governo ampliar as medidas para a renegociação dos agricultores. "A crise na agropecuária brasileira, decorrente de condições climáticas adversas, agravadas pela escassez de recursos de crédito rural, pela valorização do real frente ao dólar e pela perda do poder de troca da agropecuária, afetou a capacidade de pagamento dos produtores rurais e de suas cooperativas junto aos agentes econômicos e financeiros. As medidas resolvem parcialmente o passivo acumulado nas últimas safras. O pleito das entidades baseou-se numa necessidade de prorrogação das dívidas do setor agropecuário por um prazo de dez anos, com dois anos de carência, e isso não ocorreu", lembrou o dirigente.

O anúncio do pacote de ajuda à agricultura foi devido em três partes: o plano safra 2006, medidas emergenciais e estruturais. Entre as novidades, a prorrogação automática de parte das dívidas de custeio, refinanciamento das parcelas de dívidas de securitização, Pesa e Recoop e aumento de recursos e prazos para FAT Giro Rural.

O presidente da Faep, afirma que mesmo dando fôlego maior para parte das dívidas agrícolas o pacote agrícola ficou aquém do necessário e que o governo divulgou um plano de safras em condições melhores para o novo plantio, mas sem resolver este monstruoso passivo que pesa sobre os produtores rurais. Sem ter garantia de renda, nenhum plano de safra terá qualquer efeito positivo.

De acordo com informações da Faep, os produtores rurais vêm acumulando prejuízos e dívidas desde o segundo semestre de 2004 – o que inclui duas safras de verão e duas de inverno - como consequência de efeitos da política cambial do governo. Com o dólar em queda de 33 % desde o primeiro semestre de 2004 até agora - os preços internacionais quando convertidos em real não conseguem atingir o custo de produção, gerando prejuízos e tirando do produtor condições para quitar seus débitos. O preço da soja, por exemplo, caiu 44% neste período.

O plantio das safras tem se dado com um dólar sempre maior que a comercialização. Além disso o custo de produção se mantém alto por conta do aumento do preço do petróleo que influencia os preços do diesel, fertilizantes e agroquímicos derivados de petróleo. Mais recentemente a crise foi agravada pelo aumento dos salários em razão

do novo mínimo. "Sem preços, e só uma mudança na política cambial pode resolver isso, como o próprio ministro da Agricultura reconhece, não há solução", afirma Meneguette e complementa: "Alongar as dívidas é um mero paliativo e o pacote anunciado não passa de medidas paliativas. O governo alongou as dívidas mas não resolveu o problema do câmbio e enquanto esse problema não for resolvido, não há solução".

Economista diz que pacote tem por objetivo desarticular a mobilização dos agricultores

O economista e pesquisador do Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (Iparades), Gilmar Mendes Lourenço, entende que o pacote de medidas tem como objetivo desorganizar a mobilização dos agricultores em ano eleitoral. A afirmação foi feita durante a realização do '1º Simpósio de Jornalismo do Agronegócio do Paraná', que aconteceu na última quinta e sexta-feira em Curitiba. O economista palestrou sobre 'Os Caminhos que Levaram a Crise ao Agronegócio'.

Lourenço disse que a ausência de uma visão oficial de longo prazo para o agronegócio e a falta de empenho das autoridades em relação ao setor foram algumas das causas da crise do agronegócio. Ele destacou que já esperava um pacote de medidas sem grandes novidades.

Segundo o economistas, pesquisas mostram que essa é a pior crise dos últimos 40 anos e que já apresentou perdas diretas de R\$ 30 bilhões em 2006. Também houve redução de 20% nas vendas de fertilizantes e de defensivos agrícolas e de 40% na comercialização de máquinas e implementos. "Isso significa interrupção dos movimentos de expansão das fronteiras físicas da produção e paralisação de investimentos em ampliação da capacidade produtiva e de melhoria de eficiência e competitividade setorial do agronegócio", pondera.

Outro ponto negativo devido a crise no campo apresentada por Lourenço é perdas direta no Valor Bruto de Produção (VBP) e no faturamento das cooperativas.

Simpósio de jornalistas- Cerca de 130 pessoas de 15 municípios participaram quinta e sexta-feira '1º Simpósio de Jornalismo do Agronegócio do Paraná'. O evento, promovido pela Associação de Jornalistas do Agronegócio (Ajap), marca um ano de criação da entidade.

No evento foi focado assuntos como a relação da imprensa com os profissionais do agronegócio e o tratamento das informações sobre o tema. O presidente da Ajap, Marcos Tosi, ressalta que o objetivo do encontro é aproximar os jornalistas, estudantes, professores, pesquisadores e técnicos do setor.

O chefe da Assessoria de Comunicação da Embrapa, Edílson Fragalle, foi o convidado para falar na abertura do simpósio. Ele enfatizou as mudanças que o jornalismo de agronegócio passou nos últimos anos, e que a própria relação dos técnicos está diferente. "Hoje a difusão de informações ocorre em tempo real, e os pesquisadores precisam estar preparados para participar desta interface com a sociedade", diz ele.

Para a professora da Universidade de Londrina (UEL) Luzia Yamashita, que proferiu a primeira palestra da manhã desta sexta-feira, o envolvimento dos profissionais da área é importante para evidenciar a necessidade de inclusão, nos cursos de jornalismo, de disciplinas voltadas à área de economia agrícola. "Hoje é possível adaptar as disciplinas de acordo com as necessidades do mercado, levando em consideração as condições de cada região", comenta.

A troca de informações é o ponto positivo destacado pelo assessor de imprensa do Iapar de Londrina, Edmilson Liberal. "Neste encontro pude perceber que somos muitos, e a troca de informações e de conhecimento é muito proveitosa". O diretor Geral da Secretaria de Estado da Agricultura e Abastecimento (Seab), Francisco Simioni, considera que a aproximação da imprensa com os setores do agronegócio é fundamental. "Os meios de informação são canais essenciais entre as políticas públicas e o campo", ressalta. Simioni representou o secretário de Agricultura, Newton Pohl Ribas, na abertura do simpósio.

O consultor Jeremiah O'Callaghan, da Coimex Exportação e Importação, de São Paulo, SP, falou sobre o comportamento da mídia brasileira no episódio da febre aftosa. "Muitas vezes, a população não tem acesso a informações sobre a importância do setor pecuário para a economia do país", diz ele.

A editora-assistente do Suplemento Agrícola do jornal O Estado de São Paulo falou aos participantes sobre sua experiência no jornalismo rural, com o tema "A reportagem que vai ao campo". A última palestra será do pesquisador Gilmar Lourenço, do Iparde e professor da FAE/Curitiba, com o tema "Os caminhos que levaram a crise ao agronegócio".

Também foi realizado um painel com o tema "Jornalismo agrícola: que importância tem isso?", com a moderação do jornalista Eloy Setti, da Ocepar. Participam do painel a editora do Caderno Rural da Folha de Londrina, Célia Guerra, o assessor de comunicação do Ministério da Agricultura, Ismar Cardona, o editor da revista Panorama Rural, Antonio Carlos Moreira, e o editor do suplemento Caminhos do Campo, da Gazeta do Povo.

O '1º Simpósio de Jornalismo do Agronegócio' teve o apoio do Sistema Faep, Sistema Ocepar, Sicredi, Sindicato dos Jornalistas do Paraná, Sindicato dos Jornalistas de Londrina e da Associação dos Jornais Diários do Interior (ADI).

Campo Mourão esteve representado no evento pelo assessor de imprensa da Coamo Agroindustrial Cooperativa, Ilivaldo Duarte e pelo repórter da TRIBUNA, Antonio Marcio.

Governo paranaense diz que pacote tem pontos positivos

A Secretaria da Agricultura do Paraná, avalia as medidas do pacote agrícola anunciado pelo Governo Federal, como sendo positivo em alguns pontos e negativos em outros. O secretário da Agricultura, Newton Pohl Ribas, informou que os novos limites de financiamento são bem vistos pelo setor, já que os agricultores terão ampliados os limites por tomador de recursos com juros controlados pelo Tesouro Nacional a 8,75% ao ano. Ele acrescentou ainda que o aumento do volume de recursos para custeio e comercialização, R\$ 41,4 bilhões, é muito favorável.

O vice-governador Orlando Pessuti destacou, como válida, a prorrogação das dívidas de custeio da safra 2005/06. O prazo foi prorrogado, em parcelas anuais, por quatro anos. "A primeira parcela vence 12 meses após a repactuação. Isso é positivo. Porém, acho que os percentuais permitidos de prorrogação sobre o montante das dívidas, poderiam ser uniformes para todas as culturas, beneficiando um número maior de agricultores familiares, como também o prazo de prorrogação que deveria ser de pelo menos 10 anos, conforme reivindicado pelos produtores", disse.

Entre as medidas consideradas satisfatórias por Pessuti e Ribas, estão os descontos que terão os agricultores familiares. De acordo com o Governo Federal, os agricultores familiares poderão ser beneficiados com descontos que variam de 12% a 30%, com um

teto máximo de até R\$ 2 mil, para o pagamento realizado até o vencimento dos créditos de custeio da safra 2005/06.

Como pontos negativos do pacote agrícola, a Secretaria da Agricultura avaliou o prazo de renegociação das dívidas, o passivo de perdas, a situação dos preços de mercado, a taxa cambial e o seguro rural. Em relação ao prazo de renegociação das dívidas, Pessuti e Newton Ribas lembraram que, ao considerar o elevado grau de endividamento dos produtores, era esperado, no mínimo, dez anos. Para eles, a não retirada dos impostos e taxas dos insumos agropecuários, também é um ponto negativo.

Reivindicações- O vice-governador e o secretário da Agricultura defenderam que seja concedido aos produtores de soja e de milho da Região Sul o mesmo percentual de renegociação da dívida, concedido aos produtores de outros Estados. No caso da soja, ao invés de 50%, também 80%. E no caso do milho, que seja de pelo menos 50%, considerando que as perdas nas lavouras, na maioria dos municípios chegam a 80%.

Pessuti e Ribas ainda informaram que já estão encaminhando expedientes aos Ministros da Agricultura, Desenvolvimento Agrário, Fazenda e Planejamento, com essas reivindicações.

O secretário da Agricultura e o vice-governador concluíram que, em linhas gerais, o Plano Agrícola e Pecuário é positivo. Mas segundo eles, não dá perspectivas de recomposição da renda do setor agropecuário em curto prazo devido à taxa de câmbio estar muito baixa e do prazo de alongamento das dívidas estar aquém das necessidades reais do setor.