

Como produzir tomates orgânicos?

Estudos comprovam que o custo da produção do tomateiro orgânico é menor do que o cultivo convencional e, além disso, pode ser vendido por um preço mais elevado, gerando alta lucratividade para o agricultor que opta por este sistema.

“O custo de produção no cultivo orgânico do tomateiro é 17,2% menor que no cultivo convencional. Em relação à lucratividade, o cultivo do tomate orgânico foi de 59,9% mais lucrativo no verão do que o convencional, enquanto no inverno, o lucro chegou a 113,6%”, afirma Sebastião Wilson Tivelli, pesquisador científico da Agência Paulista de Tecnologia dos Agronegócios (APTA).

Capacitação

Pensando nisso, o Centro de Inteligência em Orgânicos (CI Orgânicos), projeto da Sociedade Nacional de Agricultura (SNA) com o apoio do Sebrae, lançou dois manuais, de uma série de capacitação técnica. O “Como produzir tomate orgânico?”, voltado para o produtor rural, o “Tomate Orgânico: técnicas de cultivo”, direcionado aos técnicos agrícolas.

Os dois manuais, de autoria do pesquisador da APTA, contam com linguagem simples e direta, e ilustrações que facilitam o seu entendimento, dando dicas valiosas para o agricultor que quer investir na produção orgânica.

Mercado

Dentre as hortaliças, o tomate e a alface são considerados os ingredientes básicos para a salada dos brasileiros. O consumidor demande diariamente grandes quantidades de tomate para preparo de saladas, molhos e outros pratos. O Brasil, segundo levantamento do IDEC, Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, possui 405 feiras orgânicas, porém 77% das vendas de produtos orgânicos se concentram nas redes de supermercados. Mesmo assim, a quantidade



de tomates orgânicos disponíveis para venda não suprem a demanda. Preencher esta lacuna pode ser uma ótima oportunidade de negócio.

O manual

O manual abrange todas as informações necessárias para, primeiramente, o produtor possa se adequar à legislação específica para a produção orgânica no Brasil. Além disso, o autor mostra o passo a passo para a implantação do cultivo orgânico de tomates. Desde o conhecimento da propriedade rural, correção do solo, adubação, passando pela origem do tomateiro, das sementes e mudas, pelo plantio, controle de pragas e doenças, até a comercialização.

Como ter acesso

Ambos manuais estão disponíveis gratuitamente. Para solicitar um exemplar físico basta enviar um email para sna@zna.agr.br. As publicações também estarão acessíveis pelo site www.ciorganicos.com.br.





Empreendedorismo é destaque do 1º Fórum Orgânicos em Ação

Sylvia Wachsner/CI Orgânicos



Leandro Dupin, do supermercado virtual Organomix: "A tecnologia favorece o conhecimento detalhado sobre o produto, com melhor controle de validades e de estoques, evitando, por exemplo, a falta de alimentos"

Especialistas, produtores e jovens empreendedores do universo da agricultura orgânica se encontraram no "1º Fórum Orgânicos em Ação: Empreendedorismo e Mercado", promovido pela Sociedade Nacional de Agricultura, em 28 de maio, na sede da entidade, no Centro do Rio de Janeiro.

O evento, que incluiu palestras temáticas na programação, também marcou o lançamento do livro "Como produzir Orgânicos", desenvolvido pelo CI Orgânicos, projeto SNA/Sebrae comandado por Sylvia Wachsner. A publicação foi apresentada ao público pelo presidente da SNA, Antonio Alvarenga, na abertura do fórum, que também contou com as presenças de José Antonio da Silva, chefe da Unidade de Atendimento de Agroecologia do Sebrae Nacional, e Cezar Kirszenblatt, Gerente de Conhecimento e Competitividade do Sebrae-RJ.

ESTATÍSTICAS

O primeiro tema a ser debatido foi "O crescimento do mercado de orgânicos", apresentado por Sebastião Tivelli, chefe da Seção Técnica da Unidade de Pesquisa e Desenvolvimento de São Roque, da Agência Paulista de Tecnologia dos Agronegócios (UPD/APTA-SP). O palestrante falou sobre a grande carência de estatísticas realistas do setor no Brasil. "Como pesquisadores científicos, quando precisamos defender um projeto, temos de justificá-lo também falando do mercado. Mas, no Brasil, não temos uma estatística confiável para mostrar esse crescimento", reforçou o especialista.

PLANEJAMENTO

O técnico agrícola Fernando Ataliba, do Sítio Catavento, localizado em Indaiatuba, interior de São Paulo, apresentou o tema "Produção orgânica: como criar um negócio lucrativo e sustentável". Produtor orgânico há duas décadas, ele declarou que, para que o negócio seja economicamente viável, quem produz deve encarar a atividade com visão profissional. "Comecei na agricultura orgânica na década de 90, quando ainda existia um gargalo, mas hoje é possível notar que ocorreu uma mudança qualitativa. No entanto, tenho visto em minhas andanças por aí muito amadorismo, numerosos agricultores que não apostam de verdade na atividade. Eles vêem como algo paralelo. Talvez porque lhes falte a confiança de que ela pode ser uma atividade interessante. É preciso encará-la com uma perspectiva profissional", salientou.

Segundo Ataliba, o planejamento da produção é essencial para a empreitada ter sucesso. "É necessário planejar a agricultura de forma eficiente. Olhar para a vocação da propriedade, relacioná-la com os fatores de produção, com as questões mercadológicas. Às vezes, uma propriedade tem vocação para gerar caruru, mas não existe mercado para isso", exemplificou.

CLUBE ORGÂNICO

Durante o evento, dois cases de sucesso em empreendedorismo no segmento mostraram que a tecnologia começa a ter papel de destaque na promoção da agricultura orgânica.

Fundadores de uma plataforma *online* de compra e venda de alimentos orgânicos, batizada de Clube Orgânico (www.clubeorganico.com), os publicitários Victor Piranda e Eduardo Boorhem contaram que resolveram deixar seus trabalhos em importantes agências para criar um negócio que desse sentido a seus esforços.

"Eu percebia uma dificuldade grande das pessoas no acesso aos orgânicos. Elas também sempre compravam com uma certa desconfiança. Numa conversa de bar, a gente achou que tinha um buraco no mercado. Nosso negócio não foi criado para eliminar nenhum outro canal de venda, apenas para somar. A ideia é formar um casamento mais harmonioso entre quem consome e quem produz, uma relação mais feliz", justificou Piranda, de 28 anos.

"O agricultor produz e, quando está tudo pronto, ele tenta escoar essa produção pelos mais diversos canais de venda. Estamos fazendo o caminho inverso: um convite aos consumidores. A gente criou uma plataforma que funciona como ponte para conectar pessoas que não tinham acesso a alimentos e a produtores", complementa Boorhem.