

Em Sales, o agronegócio é trabalho para todos

Foto Roberto Bettini

Ninguém fica desempregado na cidade de Sales Oliveira porque o agronegócio não deixa. Produtores de arroz, milho, cana-de-açúcar, soja, amendoim, café, até os criadores de gado de corte e de leite, disputam os trabalhadores que, há mais de 40 anos, preferem, mesmo, fazer palha de cigarro "picadão" tirada das espigas do milho.

A produção é tanta, que já buscam matéria-prima em Minas, Paraná e Goiás, sem falar da semente, que vem até da Bahia. O milho que dá essa palha só pode ser colhido à mão, e a semente é dada pelo "palheiro" ao fazendeiro, em troca da palha. Na cidade são 50 fabricantes de palha, que empregam 2.500 trabalhadores enquanto duram a safra e a safrinha. Quase todos fazem o serviço em casa — "bico", coisa de três, quatro horas por dia, para tirar R\$ 120,00 por mês, "mas quem se dedica mais chega a uns R\$ 400,00", na conta de José Mário Martins, o maior "palheiro" de Sales.

Essa história começou com João Guilherme Tiziotti. Ele tinha ali uma loja de armarinhos e tecidos que não ia pra frente. Começou a fazer palha para "matar o tempo" e o negócio deu certo. Logo largou a loja e ficou só com a "palha".

Até hoje, os 40 ou 50 fabricantes de Sales não sabem quanto produzem nem quanto faturam. O Sebrae tentou calcular, mas não conseguiu. Na Prefeitura, arriscam R\$ 5 milhões por ano. É tudo artesanal, desde a colheita, porque a



Cidade vive o pleno emprego

máquina salva os grãos, mas dilacera a palha. De cada 25 toneladas de milho, tiram quatro de palha, que é umedecida por um dia num caixote de madeira, cortada, dobrada e embalada. Até hoje, nenhuma tecnologia foi incorporada, só a prensa de alisar. O Brasil inteiro compra, mas a palha de Sales já foi vista em tabacarias de Paris e em Roma, na Piazza

Navona, frequentada por intelectuais que as enro-



lam com fumo para cachimbo. No Brasil, fora os revendedores, boa parte das encomendas segue pelos Correios, em pacote de mil palhas, da melhor. Mas para o Exterior dizem ignorar como se dá a exportação.

A palha faz a fama de Sales, mas a agroindústria salense já cresce em outras direções. A Guabi, fábrica de rações para animais de produção, é a maior empresa da cidade. Chegou em 1978 e emprega 200 trabalhadores. Em 1997, instalou-se a RF Agrícola, fazenda de cana e gado que em dois anos se tornou laticínio produtor de 80 quilos de mussarela de leite de búfala e 40 quilos de leite de vaca por dia, com as marcas 'Sapora d'Itália' e 'Campana'.

A granja de Jesus Messias Piloto chegou a ter 100 mil aves de corte. O sistema integrado, para ele, não deu certo e há dez anos ele trocou por poedeiras, que lhe garantem a produção de 140 caixas de 30 dúzias de ovos por dia. Nem sempre os preços compensam — em 2001, Jesus vendeu a caixa de 30 dúzias por R\$ 26,00 até setembro, quando os preços caíram para R\$ 17,00 porque a oferta de 'pintinhas' pelos incubatórios cresceu 30%. Ele ignora a causa desse "mistério", mas sabe que o custo de cada caixa é de R\$ 23,00. O que sustenta a atividade é a diversidade. Além das aves, ele cria gado leiteiro e produz milho e soja.

Gado, café e cana são as riquezas pioneiras estampadas no brasão dessa cidade que homenageia Francisco de Sales Oliveira Júnior, presidente da Companhia Mogiana de Estradas de Ferro, que em 1900, ergueu ali a estação de trem. Sales prospera, apostando no agronegócio, que responde por 80% de sua arrecadação.

NOVO ENDEREÇO

Agro *negócio*

Ano 3, nº 13, janeiro de 2002

ECT/DR/SPI
IMPRESSO ESPECIAL
1.74.18.0759-7
ABAG / RP
UP-ACF/VILA VIRGINIA



Associação Brasileira do Agronegócio da Região de Ribeirão Preto

Há vagas na cidade e no campo

Fotos Valéria Ribeiro

Não falta mercado de trabalho para agrônomos. Faltam agrônomos para o mercado de trabalho. Esse desajuste é a principal conclusão do I Seminário de Recursos Humanos para o Agribusiness Brasileiro, realizado pelo Centro de Integração Empresa-Escola (CIEE), Associação Brasileira do Agronegócio da Região de Ribeirão Preto (ABGAG/RP) e Associação Brasileira de Agribusiness (ABAG), com apoio da Associação Comercial e Industrial de Ribeirão Preto, que atraiu cerca de 500 participantes.

O professor Mário Otávio Batalha, da UFSCar, alertou para o descompasso entre a formação universitária e as exigências do mercado para o profissional do agronegócio: "Não dá mais para ser amador. Pode-se ter uma excelente capacitação tecnológica e se perder todo o investimento porque se comprou ou se vendeu mal. Tudo passa pela formação adequada dos recursos humanos".

Antônio Palocci Filho, prefeito de Ribeirão, disse no encontro que "o agronegócio é o negócio da região, de São Paulo e do Brasil, porque ele oferece as melhores oportunidades de geração de empregos, divisas e desenvolvimento". E comparou: "Muitos pensam que o agronegó-

cio só emprega no corte de cana, mas com ele, as oportunidades se estendem da produção nas pequenas cidades às complexas negociações de exportação nas capitais."

O presidente-executivo do CIEE, Luiz Gonzaga Bertelli, acrescentou que essa atividade exige do profissional conhecimentos sobre todas as etapas do negócio agrícola — planejamento, fertilização, cultivo, armazenamento, processamento industrial, marketing, avaliação de empréstimo bancário, bolsa de mercadorias... "Entender de finanças é tão importante quanto conseguir eliminar fungo."

O presidente do Conselho da ABAG/RP, Eduardo Diniz Junqueira, destacou que um dos principais objetivos da entidade é desenvolver o Programa Educacional "O Agronegócio na Escola", destinado a eliminar o divórcio entre a agroindústria e a sociedade e estimular o interesse dos estudantes por essa atividade. "Surpreende a admiração dos que nos



Seminário alertou para adequação da formação profissional

visitam com o que vêm e sempre desconhecem."

Roberto Rodrigues, da ABAG, advertiu que os profissionais desse agronegócio não podem ter apenas o enfoque ecológico; temos de visar à inserção do agronegócio brasileiro no comércio mundial sob a ótica da cidadania.

Também participaram do evento o presidente da Orplana e conselheiro da ABAG/RP, Manoel Ortolan; o vice-prefeito de Ribeirão Preto, Gilberto Maggioni; o empresário Maurílio Biagi Filho e Caio Carvalho, superintendente da UNICA.

Editorial

Um mais um é mais que dois

Novo ano começa e os reflexos da desigualdade de oportunidades repetem-se com espantoso vigor. O medo e a generalizada sensação de insegurança não resultam de fatos isolados, destacados pela imprensa, mas de acontecimentos frequentes e já banalizados, ali mesmo, na esquina das grandes metrópoles ou nas ruelas das pequenas cidades.

O desrespeito à vida e a perda de valores abrem trajetórias e deixam claro que castelos e fortalezas não garantem nada. A ousadia e a organização impressionam, independentemente da motivação que conduz à prática de atos violentos. Assistimos a paz e a democracia serem duramente atacadas.

Pressionar autoridades, mudar leis, construir pre-

sídios é importante para combater os efeitos, mas é preciso cuidar das causas, e cada um pode e deve compartilhar responsabilidades para melhorar a qualidade de vida e criar oportunidades de emprego, pois a renda é o único mecanismo capaz de conferir dignidade à sobrevivência do homem. Dados do BNDES indicam que o agronegócio é o setor que mais emprega no Brasil e o que gera mais postos de trabalho por milhão de reais investidos.

Participar, organizar, oferecer oportunidades para que todo esse talento seja melhor aproveitado e formando "gente" para o mercado de trabalho e para o convívio em sociedade, é garantia de desenvolvimento econômico e bem-estar social.

Mônica Bergamaschi

De onde vêm... Para onde vão?

A universidade não está formando os profissionais que o mercado de trabalho do agronegócio exige

O melhor profissional para ocupar um cargo de média gerência em uma empresa ligada ao agronegócio deve ter boa formação em tecnologias de produção, sistemas de informação, mercado financeiro e experiência profissional, principalmente se ela foi adquirida em órgãos públicos ou de governo. Certo? Errado!

Empresas ligadas ao agronegócio precisam de profissionais com formação diferente dos que estão saindo da universidade. A revelação está na tese de mestrado da diretora-executiva da ABAG/RP, Mônica Bergamaschi. Com a chancela do Centro de Ciências Exatas e de Tecnologia da Universidade Federal de São Carlos, a tese também é um guia inédito de orientação aos diretores de graduação e pós-graduação das universidades, estudantes universitários, empresários e dirigentes de cooperativas empenhados em fazer do agronegócio brasileiro uma atividade sintonizada com as exigências da economia mundial.

A tese está contida no livro “Recursos Humanos para o Agronegócio Brasileiro”, publicado pelo CNPq, em 2000.

Para Mônica, fica evidente a necessidade de interação entre a academia e o setor empresarial, onde a troca de informações e de experiências poderia contribuir de forma ímpar para a oferta de profissionais adaptados à demanda do mercado de trabalho.

Em síntese, diz ela, o perfil profissional considerado “ideal” é aquele que concentra no indivíduo: características pessoais e de relacionamento interpessoal, habilidades comunicativas inclusive em outros idiomas, competência gerencial, visão abrangente das cadeias de produção e do agronegócio, qualificações técnicas, sintonia com as especificidades do setor, flexibilidade e polivalência. (veja quadro)

O resultado da pesquisa surpreende e algumas das causas dessas revelações são apontadas pelo presidente da

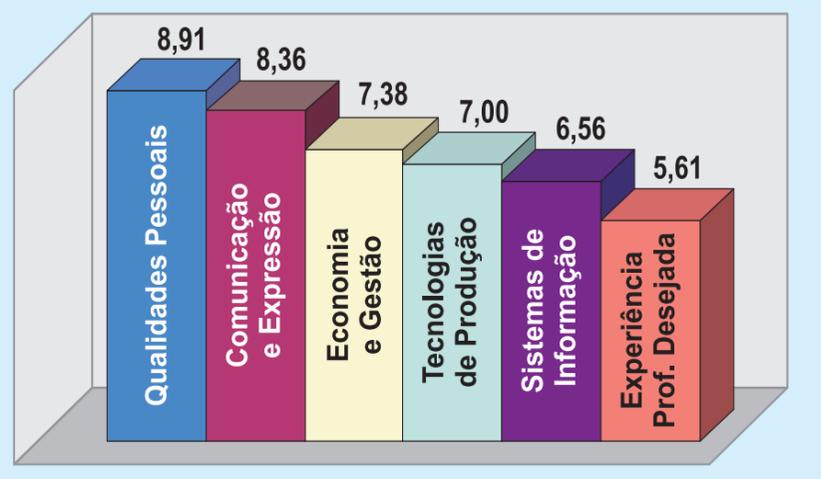
ABAG, Roberto Rodrigues: “O nosso agribusiness está chegando ao fim de uma difícil transição ditada pela simultaneidade da estabilização da moeda, da abertura sem reservas do País ao comércio exterior e da retirada do Estado assistencialista da agricultura.”. Segundo ele, “essa tríplice ocorrência obrigou, na última década, a um ajuste monumental em todos os setores da economia, e o agronegócio não foi exceção.”. Roberto assinala, ainda, “outras surpresas”, como a pouca preocupação com legislações internas, com a questão ambiental e com políticas agrícolas internacionais, “mostrando que o agronegócio está apenas terminando a transição, ainda mergulhado em seus próprios problemas de competitividade.”.

O estudo revela que as cinco características do ‘perfil ideal’ mais exigidas desse profissional se relacionam a *qualidades pessoais*: iniciativa, alto padrão moral e ético, tomar posições e defender idéias, trabalho em grupo e liderança. As três seguintes são *comunicação e expressão*: expressar idéias oralmente, expressar idéias de forma escrita e falar clara e concisamente sobre informações técnicas. A nona demanda é lidar com estresse, falha ou rejeição — mais um item relacionado entre as qualidades pessoais. Sobre esse aspecto, há na tese um alerta: “Todos os representantes consultados concordaram incondicionalmente com a importância atribuída aos tópicos ‘Comunicação e Expressão’ e ‘Qualidades Pessoais’”. Afirmaram que um profissional que não reúna essas características pode ser excluído do mercado de trabalho por melhor que seja sua formação em outros grupos de habilidades ou conhecimentos”.

Essas exigências se repetem, praticamente no mesmo nível, em empresas de qualquer porte ou abrangência e de qualquer região do País.



O que o mercado exige



Fonte: Batalha et al 2000

A pesquisa foi respondida por 404 empresas, sondando basicamente o que o mercado espera do profissional para ocupar um cargo de média gerência – superintendentes, diretores-executivos e gerentes administrativos.

Os empregadores estão atrás de pessoas ousadas, com iniciativa, sem vícios nem bloqueios e dispostos a assimilar a cultura da empresa que vai contratá-lo. “As escolas focam sua grade curricular em tecnologias da produção, com sólida formação acadêmica, mas o mercado de trabalho quer e precisa de outro protagonista. Nota-se com facilidade que o meio empresarial que compõe esse mercado de trabalho *saca* antes da universidade a tendência do agronegócio”, compara Mônica.

Na opinião da diretora-executiva da ABAG/RP, a universidade já sente a necessidade de mudar. E o primeiro reflexo dessa transformação é observado nas campanhas publicitárias das escolas superiores, quando anunciam seus cursos de especialização em Agronomia, Veterinária, Zootecnia,

Economia, Administração, Engenharia Florestal, de Pesca e de Produção Agroindustrial, por exemplo. De acordo com ela, a tese mostra que “o ideal é a escola ensinar o que o mercado de trabalho precisa. Atualmente, o aluno se forma mas não está apto para se enquadrar na atividade. Como consequência, terá de investir em pelo menos mais um ano de especialização para alcançar o que se espera dele.”.

No segmento Cooperativo, a sondagem destaca que o item que recebeu a maior pontuação foi o da exigência de conhecimento em marketing, “refletindo o novo panorama com o qual se defronta o sistema cooperativo no Brasil, cada vez mais pressionado pela concorrência.”. Aponta que “o conhecimento de mecanismos de comercialização e

distribuição é um fator limitante para a sobrevivência das organizações”. E acrescenta que “o advento do *e-commerce* possibilitará a ampliação das fronteiras dos negócios nas duas direções, extrapolando os limites de países e continentes, onde a logística se apresenta como o grande gargalo do processo.”.

Segundo a tese, “o fato de as cooperativas existirem em todas as partes do mundo e estarem congregados em uma mesma organização mundial, a ACI, poderá viabilizar, em médio prazo, a criação de uma grande rede de distribuição, contribuindo de forma importante para a alavancagem da competitividade do setor.”.

Nas entrevistas de validação, outro alerta: “dirigentes cooperativistas e cooperados, aparentemente, ‘não falam a mesma língua’. Uma das razões para este fato está centrada na deficiência dos canais de comunicação, onde as informações não chegam de forma satisfatória aos cooperados, como se as informações fossem restringidas entre os dirigentes, em um círculo vicioso.”.

O professor Mário Batalha, orientador da tese, chama a atenção para o descompasso entre a bagagem do formando e a realidade do mercado, num cenário de transformações sociais e econômicas, principalmente nos centros urbanos. “A família brasileira está cada vez menor; o número de idosos é cada vez maior; a expectativa de vida no País aumentou três anos nos últimos dez anos e com o aumento relativo da renda per capita, temos consumidores mais exigentes de produtos de melhor qualidade. Há produtos diferentes e mais variados no mercado, para públicos mais segmentados no Brasil e no Exterior. Os recursos humanos estão menos sujeitos à mutação do que os produtos. E quem vai gerir tudo, do planejamento da produção à entrega são *pessoas*. Então, entre o que o mercado pede e a universidade oferece, será que está surgindo esse profissional?”