

Fim da crise. Rentabilidade deve voltar ao agronegócio.



Após dois anos de crise no campo, as primeiras informações sobre a safra brasileira de 2006/07 indicam que o fundo do poço ficou para trás e o produtor voltará a operar com rentabilidade no próximo ano. Esta mudança de perspectiva, que não era esperada enquanto o dólar estivesse no atual patamar, está sendo possível devido ao expressivo aumento dos preços do suco de laranja e dos grãos no mercado

internacional, particularmente do milho e da soja. O Café também deverá viver um quadro de recuperação. Em geral, movimentos acentuados de preços de commodities agrícolas ocorrem em função de deslocamentos da curva de oferta, o que é relativamente freqüente neste segmento devido aos riscos climáticos.

Páginas 2 e 3

“Coração Caipira” marca os 30 anos da Agrofito

A melhor maneira encontrada pela empresa, para registrar a trajetória de sucesso e comemorar os 30 anos, foi unir sua história com a história da dupla Tonico e Tinoco, que completa 70 anos, patrocinando o Projeto “Coração Caipira”, lançado pela Terra da Gente Produções e Eventos (EPTV). O projeto reúne dois ídolos da música caipira de gerações diferentes, Tinoco e Mazinho Quevedo, em shows ao vivo. Isso, porque a história de sucesso de

Tonico e Tinoco e a história da Agrofito têm muitas semelhanças. Em ambas está presente a simplicidade, o amor a terra e à família, o reconhecimento ao valor do trabalho, das amizades sinceras e da honestidade, e a certeza de que virtudes como o cumprimento de compromissos firmados e a educação no trato com o semelhante, devem ser cultivadas em todas as situações de nosso dia-a-dia.



Página 4



Mais que marcar uma trajetória dinâmica de três décadas e um momento de consolidação, 2007 nos impulsiona a plantar mais, crescer mais. Frutificar sempre.

Prontos para o futuro.

Feliz Natal e um Ano Novo cheio de grandes colheitas.



Adeus Ano Velho - Feliz Sabedoria

No Editorial do Informativo nº. 53, Dezembro de 2005, com o Título, "SE TIVER PRESSA ANDE DEVAGAR" já prevíamos que teríamos de ter cautela. O cenário do Agronegócio, para a maioria de nossos clientes, mostrava tendências negativas.

Realmente foi um ano que não deixou saudade, com o crescimento do PIB do Brasil de apenas 2,7%, um dos mais baixos do mundo, num cenário em que a média de crescimento dos países emergentes ficou acima de 5%. Entendo que tivemos setores que cresceram acima de 20%, com os mais ricos concentrando cada vez mais a riqueza, enquanto a classe média dos pequenos e médios agricultores amargava um resultado negativo também nessa faixa.

Nos informativos que publicamos ao longo deste ano, focalizamos as frustrações e os alentamentos do momento. Veja no site www.agrofito.com.br

Digo sempre que temos que guardar na lembrança somente o lado positivo. Assim iremos lembrar 2006 como mais uma lição para a busca da SABEDORIA visando alcançar o sucesso.

O escritor e antropólogo Carlos Castaneda, em seu livro a ERVADO DIABO, relata que para sermos homens de sabedoria precisamos desafiar e vencer quatro inimigos naturais que se encontra em nossos caminhos. Normalmente nossos objetivos não são claros, temos uma intenção vaga do que queremos.

Com a falta de experiência surge o primeiro inimigo do homem na busca de sabedoria, que é o **MEDO**. Temos que vencê-lo, e para isto não podemos fugir dele. Uma vez que o homem vence o medo fica livre dele para o resto da vida, porque em vez do medo ele adquiriu CLAREZA.....uma clareza de espírito que apaga o medo. O homem passa a ter segurança de que pode fazer o que bem entender, pois ele vê tudo claramente. Mas se engana, e está de frente com segundo inimigo a **CLAREZA**.

Às vezes precipita-se quando devia ser paciente, ou se é paciente quando deveria precipitar-se. Tem de desafiar sua clareza e usá-la só para ver e esperar com paciência, e analisar tudo com cuidado antes de dar novos passos. Assim terá vencido o seu segundo inimigo e estará pronto para obter o verdadeiro **PODER**.

O **PODER** é o mais forte de todos os inimigos. O homem neste estágio não nota seu terceiro inimigo se

aproximando. Este pode transformá-lo num homem cruel e caprichoso. Este poder que parece ter sido adquirido na verdade nunca é seu. Nunca o homem deve perder o controle sobre a clareza e o poder, usando-os sempre para ajudar o próximo e assim terá derrotado o seu terceiro inimigo.

O Homem então, no fim da jornada e na busca do saber, encontrará seu último inimigo a **VELHICE**. Este é o mais cruel de todos. O único que ele não conseguirá derrotar completamente, mas apenas afastar. É o momento em que não tem mais receios, e encontra **CLAREZA** em todos os seus atos, mas também é o momento que sente um desejo irresistível de descansar.

Ceder a este desejo de deitar e esquecer, irá afundar na fadiga, terá perdido o último round e se tornará uma criatura velha e débil. Seu desejo de se retirar dominará toda sua clareza e seu poder de sabedoria.

As organizações são formadas por pessoas. A **SABEDORIA** de uma firma é constituída pelo conhecimento das pessoas que a compõe.

No ano que se inicia, estaremos comemorando 30 anos de atividades. Na busca da sabedoria nós da **AGROFITO** podemos dizer que talvez já vencemos o **MEDO** e já sentimos a **CLAREZA** em nosso caminho. Mas sabemos também que estamos longe de ganhar a **SABEDORIA**.

Assim, queremos deixar nossa homenagem e o nosso agradecimento pela oportunidade de colaborar, juntamente com nossa parceira comercial **BASF**, no lançamento do DVD do Projeto Coração Caipira da **EPTV**, homenageando a música raiz com a comemoração dos 70 anos de dupla **TONICO X TINOCO**, nas pessoas do **TINOCO** e **MAZINHO QUEVEDO**.

Nossa admiração ao Tinoco, pessoa que é um Patrimônio Cultural do Brasil Cabloco, e que com seus 86 anos deixa o um vasto e rico legado, no qual se sobressai o homem de **SABEDORIA** que ele é.

Deixamos também nossa homenagem a todas as pessoas de nosso relacionamento e seus familiares, ou seja, nossos funcionários, nossos fornecedores, nossos clientes e a todos os amigos. A todos um **FELIZ NATAL** e que o **ANO NOVO** nos proporcione com **CLAREZA** a busca da **SABEDORIA**.

Ademar Antonio de Toledo.
Diretor Superintendente



Crise ficou para

Analistas de mercado afirmam que o baixo estoque mundial de trigo deve demorar ainda dois anos para ser recuperado. Ou seja, a próxima safra de trigo no Brasil indica bons preços até maio de 2008. No mercado interno, os moinhos necessitam comprar trigo do produtor nacional, desde que segregado, para fabricarem as massas para a produção de massas e farinhas, pois os trigos importados são "muito fortes". A compra interna está com volume aproximado de 3,5 milhões de toneladas ao ano.

Quanto à soja, destacam que as cotizações pegaram carona na alta de preços internacionais do trigo e milho. Esta sustentação da alta do preço da soja, apesar dos estoques mundiais recordes, tem motivação externa. Para atender a demanda interna tradicional de milho e a adicional para produção de etanol, o produtor norte-americano necessitará, na safra 2007/08, entre 3 a 4 milhões de acres adicionais (1,7 milhões de hectares), que podem avançar na área de soja. Caberá à América do Sul suprir a demanda de soja e ganhar fôlego com o aquecimento dos preços médios e inverter a curva descendente de preços.

CANA-DE-AÇÚCAR: O QUANTO VAI PRECISAR CRESCER

A oferta mundial de álcool (carburante e industrial) para 2006 deve ficar em torno de 48 bilhões de litros/ano. Desse total, o Brasil participa com 35,4%, um aumento de 4,35% em relação a 2005, que registrou um volume de 46 bilhões de litros/ano. Na comparação com 2004, este percentual sobe para 13,7%, já que aquele ano registrou um volume de 42,2 bilhões de litros. Este aumento da oferta é reflexo do crescimento da produção de etanol nos Estados Unidos a partir do



Trás, números indicam o retorno do crescimento

milho, da oferta brasileira de álcool e de maior demanda por combustíveis renováveis.

Para atender à crescente demanda por etanol, a produção anual de São Paulo, que é atualmente o maior produtor e consumidor desse combustível, deverá ter um acréscimo de 71,5% nos próximos 10 anos.

COTAÇÃO DO SUCO DE LARANJA SE MANTÉM

As indicações são de que o ano de 2007 deve marcar a consolidação do mercado asiático para o suco de laranja brasileiro e até mesmo um aumento das exportações para os Estados Unidos.

O preço para o mercado norte-americano subiu 7%, mas a produção deles caiu 8% e sem a menor perspectiva de uma recuperação. O consumo então

vai regular essa diferença e o único fornecedor é o Brasil. O cenário de baixa produção e de ausência estoques vai manter a cotação do suco de laranja concentrado e congelado (FCOJ) na Bolsa de Nova York (Nybot) próxima dos 200 cents (US\$ 2,00) por libra-peso e beirar os até então inimagináveis US\$ 2.900 por tonelada no mercado, níveis só vistos no início da década de 90 do século passado.

Além da indústria, quem também deve se beneficiar com a disparada do suco de laranja no mercado futuro é boa parte dos produtores fornecedores da fruta para o processamento no Brasil.

CAFÉ SINALIZA RECUPERAÇÃO

O café finalmente sinalizou uma recuperação das cotações do arábica no mês de outubro, basicamente em razão

de movimentos técnicos. Mas os fundamentos para o produto são de alta, tendo em vista a intensificação das compras por parte das indústrias do hemisfério norte, devido ao aumento de demanda no inverno. Assim, mesmo com a entrada da colheita de América Central, Colômbia e México, as expectativas são de menor disponibilidade para os próximos anos safra.

O quadro atual configura um período em que haverá fortes pressões sobre as cotações.

EFEITO ETANOL TURBINA O MERCADO DE MILHO

O crescimento da demanda internacional por milho, sustentado principalmente pelo avanço da produção de etanol nos Estados Unidos, gerou um quadro nunca antes visto no mercado de milho brasileiro. Pela primeira vez, exportadores já fecham contratos para venda, ao mercado externo, de milho que acaba de ser plantado e que será colhido apenas no primeiro semestre de 2007. Integrações, que produzem aves e suínos, também já fazem compra antecipada de milho, com intuito de garantir o suprimento, para entrega a partir de julho do ano que vem.

Mas só aumentar a produção não basta para o Brasil ampliar suas vendas ao exterior, que neste ano deve ficar em 3,5 milhões e 4 milhões de toneladas. O Brasil tem de melhorar a produtividade para não ficar dependente do câmbio e da alta dos preços internacionais para exportar. Hoje a produtividade média no país é de 3,5 mil quilos por hectare. São 7,5 mil quilos na Argentina e quase nove mil nos EUA, afirma o analista.

O fato de os exportadores estarem vendendo milho que acaba de ser plantado - a safrinha é semeada no primeiro semestre e é considerada uma cultura de risco - mostra um amadurecimento do setor.

TROCA DE MERCADORIAS POR INSUMOS

Diante desse cenário de recuperação da agricultura, e da escassez de recursos financeiros para capital de giro aliada à dificuldade do agricultor em conseguir crédito subsidiado, a Agrofito, fiel à sua missão de contribuir para o fortalecimento do agronegócio, inova mais uma vez e já está oferecendo aos seus clientes uma nova modalidade de negociação, que é a da troca de insumos com a produção agrícola.

Dessa forma, a Agrofito fornece os insumos (adubo, semente, defensivos, projetos de irrigação etc) e o produtor paga com parte da sua produção. A operacionalização é feita mediante contratos, formalizados em concordância com a legislação vigente, sendo que a estrutura da operação de troca é sustentada com apoio de tradings e garantida pela Bolsa de Mercadorias&Futuro.

Para se adequar a essa nova ten-

dência de negócios, o Diretor Administrativo e Financeiro da Agrofito, Ademir da Silva e o Gerente de novos Negócios Francisco Ricardo de Toledo, participaram recentemente de treinamento junto à Bolsa de Mercadorias&Futuro, bem como de vários eventos sobre o tema, visando colocar à disposição dos clientes o melhor know how sobre essa modalidade de negociação.

A Agrofito pretende operar no mercado de grãos, milho, soja e café, mas não descarta a possibilidade de viabilizar essa nova modalidade de negociação com outros tipos de culturas.

Esse processo de negociação pouco conhecido no Estado de São Paulo é largamente utilizado em outras regiões do País, especialmente no Centro-Oeste, onde tem permitido a expansão e consolidação da produção de grãos.



Agrofito comemora 30 anos com “Coração Caipira”



Tinoco, sua esposa e o filho



Simone e Mazinho Quevedo

Fundada em Matão, em março de 1977, pelo engenheiro agrônomo Ademar Antonio de Toledo, que, em 1978, associou-se ao seu irmão zootecnista Paulo Roberto de Toledo, a Agrofito chega aos 30 anos pronta para atender ao crescimento e ao dinamismo de uma das mais importantes regiões agrícolas do Estado de São Paulo. Desde o início de suas atividades o atendimento e assistência técnica ao produtor rural em todas as fases da atividade tem sido o diferencial da empresa.

Em 1984, começou seu processo de expansão. Em 1989 passou a fazer parte da sociedade como Diretor Administrativo, Ademir da Silva advogado e administrador de empresas e Clóvis Truzzi, administrador de empresas como Diretor de Vendas. **Hoje a Agrofito mantém filiais nas cidades de Nova Europa, Itápolis, Olímpia, Taquaritinga, Taiúva, Itajobi, Borborema, Ibitinga, Potirendaba, São Carlos, Garça e Pirajú** atendendo praticamente toda região citrícola paulista.

A Agrofito cresceu acompanhando a evolução e as novas tendências do agronegócio, e, a partir do ano 2000, passou a atender também os produtores de **grãos, café e cana**. Em pouco mais de três anos consolidou seu nome também nesses novos segmentos.

Em 2004, com a criação do **Programa Tecnofito**, a empresa se especializou na prestação de serviços em implantação e acompanhamento de **Projetos de Irrigação e Certificação de Propriedades**.

Outro projeto importante adotado com força total pela Agrofito foi o **“Marcas Próprias”**. Hoje, a empresa mantém uma linha de produtos de alta qualidade para **nutrição de plantas**: o **Nutrifito** e o **Agrophytus K**.

A estrutura logística, técnica e humana a serviço do homem



Tinoco, patrimônio cultural do Brasil Caboclo

do campo; o conhecimento atualizado do potencial de uma das mais importantes regiões agrícolas do Brasil; o acompanhamento dos novos rumos do mercado; o fortalecimento de parcerias e a criação de soluções práticas dia a dia são marcas desta evolução.

Como uma árvore que tem nas raízes e no caule a força e a sustentação para o desenvolvimento de seus frutos, a Agrofito conquistou bases sólidas de atuação e crescimento.

70 ANOS DE TONICO E TINOCO

A melhor maneira encontrada pela empresa, para registrar essa trajetória de sucesso e comemorar seus 30 anos, foi unir sua história com a história da dupla Tônico e Tinoco, que faria 70 anos se Tônico ainda estivesse entre nós, e patrocinar em parceria com a BASF o Projeto “Coração Caipira”, lançado pela Terra da Gente Produções e Eventos (EPTV), reunindo dois ídolos da música caipira de gerações diferentes, Tinoco e Mazinho Quevedo, em shows ao vivo

de lançamento do DVD.

Isso, porque a história de sucesso de Tônico e Tinoco e a história da Agrofito têm muitas semelhanças. Em ambas está presente a simplicidade, o amor a terra e à família, o reconhecimento ao valor do trabalho, das amizades sinceras e da honestidade, e a certeza de que virtudes como o cumprimento de compromissos firmados e a educação no trato com o semelhante, devem ser cultivadas em todas as situações de nosso dia-a-dia.

DESTINOS IGUAIS

Tudo isso, mais do que um mero apelo de marketing comercial, mas motivo de afeto e de muita satisfação dos fundadores da Agrofito pela semelhança das trajetórias, dos valores telúricos e pelos “Destinos Iguais”, foi o que motivou a empresa unir-se à Basf juntando as comemorações de seus 30 anos à comemoração dos 70 anos da dupla que emocionou o Brasil com canções como *Tristeza do Jeca*, *Moreninha Linda*, *Chico Mineiro*.

O primeiro show foi apresentado em Matão, dia 30 de novembro, reunindo perto de 300 convidados que viveram momentos de alegria e muita emoção com as histórias de Tinoco e curtiram as músicas mais representativas da dupla com Mazinho Quevedo. Esse patrocínio é o presente da Agrofito, em agradecimento aos 30 anos de prestígio e amizade, prestando também seu tributo aos 70 anos da dupla “Tônico e Tinoco”.



Produtividade, qualidade,
preservação ambiental:
fertilirrigação por gotejamento
subterrâneo na cana-de-açúcar.

NETAFIM
Onde cada gota conta.