

Um grande NEGÓCIO

Colhendo mais de mil toneladas de frutas e verduras por ano, a Takaoka mostra que é possível produzir orgânicos em larga escala.

Proprietária de uma fazenda de cinco mil hectares em laranjeiras, interior de São Paulo, a **Takaoka**, empresa parceira da Rede OrganicsNet, iniciou seu projeto de cultivo de orgânicos em apenas 26 hectares, com um pomar de 9.500 árvores frutíferas de diversas variedades e 36 mil pés de palmeiras reais. O projeto surgiu há dez anos, basicamente após o arrendamento de 90% da propriedade para o cultivo de cana-de-açúcar. Era preciso trabalhar para as cerca de 30 famílias da colônia local, que antes trabalhavam nas lavouras convencionais.

Das frutas, a produção evoluiu o cultivo de legumes e, segundo Denis Corazza de Almeida, diretor do projeto, e no ano passado foi iniciado o plantio de hortaliças. "Nossa produção ficava muito concentrada no segundo semestre, já que grande parte das fruteiras, de clima temperado, produz nessa época. Os clientes até esqueciam que existíamos", explicou Corazza. Com a diversificação, há produtos disponíveis ao longo dos 12 meses do ano e a empresa produziu um folder para enviar aos clientes, onde é possível visualizar todos os produtos e quantidades disponíveis mês a mês.

Lançamento da marca

A marca foi lançada em 2012 e 90% das vendas estão concentradas no Estado de São Paulo. Entre os clientes da Takaoka Orgânicos estão os supermercados Pão de Açúcar, Carrefour, Walmart. Denis Corazza diz que devido ao alto custo da produção orgânica, foi necessá-

rio investir em tecnologia, automação e padronização. "Até a roçadeira usada na fazenda é ecológica", conta ele.

Para melhor aproveitar os insumos e a irrigação suplementar, e até mesmo a intensificar o uso da terra, a fazenda iniciou o cultivo compartilhado. A primeira experiência foi no pomar de goiaba, onde foi plantada abóbora italiana no espaçamento entre uma frutífera e outra.

Preço

A meta para 2015 é produzir 1,5 mil toneladas. Há diferentes padrões de qualidade dos produtos, comercializados a preços diferenciados: exportação, consumidor final e indústria. "É preciso diferenciar os preços para não deixar de vender, girar o estoque", afirma Corazza, que é taxativo: "o produtor de orgânicos ainda não considera este setor como um negócio. Acostumou a calcular o preço de seus produtos com base na margem de 30% a mais que o valor dos convencionais e, assim, deixa de ganhar em várias épocas do ano", alega. Na Takaoka os preços são flexibilizados ao longo do ano para que na média alcancem um valor positivo, geralmente estipulado em metas anuais.

Tradição

A sustentabilidade também norteia a Takaoka Empreendimentos na cons-



Takaoka

Da colheita ao consumidor. A produção de pêssegos e destaque da empresa



Takaoka



Takaoka



Takaoka

trução civil. Idealizada pelo engenheiro Yojiro Takaoka, a partir de uma proposta empresarial diferenciada, hoje é presidida por Marcelo Takaoka, filho mais velho de Yojiro. Nestes mais de 10 anos de atividades, a Y. Takaoka consolidou-se por sua postura ética e pela busca incessante por excelência e inovação, com seus projetos inovadores para Alphaville e Aldeia da Serra, na Grande São Paulo. ■