

DuPont busca fatia de 10% do mercado de defensivos do país

Patrick Cruz

A partir de 2009, pelos próximos cinco anos, a DuPont terá como norte de sua atuação no Brasil a ampliação para 10% de sua participação no mercado nacional de defensivos agrícolas, que é atualmente de 7%. A meta faz parte do novo plano estratégico da companhia para o mercado brasileiro - toda a indústria nacional de agroquímicos, somada, teve em 2008 faturamento de pouco mais de US\$ 7 bilhões.

Originalmente, a programação seria estipulada depois de 2010, quando acabaria o plano anterior, vigente desde 2005. A meta estabelecida para o intervalo 2005-2010, contudo, foi atingida em 2008: o ramo de defensivos agrícolas da DuPont brasileira perseguia a marca de faturamento de US\$ 500 milhões.

Em 2008, o mercado brasileiro de defensivos agrícolas tornou-se o maior do mundo em receita de vendas, superando o dos Estados Unidos, o que amplifica a meta estabelecida pela multinacional, de origem americana. Se o feito for atingido, a DuPont deverá também passar do quinto para o quarto lugar no país, de acordo com o vice-presidente de produtos agrícolas da companhia, Juan Carlos Bueno. Segundo informações do setor, Syngenta, Bayer, Monsanto e Basf completam o quinteto das maiores do segmento.

A capacidade de produção das fábricas da empresa no Brasil não precisará ser ampliada, afirma o executivo - a fabricação de defensivos está concentrada nas unidades de Camaçari (BA) e Barra Mansa (RJ). O investimento, portanto, será feito mais em pessoal e aumento de portfólio de produtos do que em expansão da estrutura física da companhia.

O número de representantes comerciais, por exemplo, de 100 pessoas, deverá crescer 70% em cinco anos. O time de profissionais da equipe própria da empresa é de cerca de 200 pessoas.

Embora disponha de produtos para lavouras diversas e nas quais o Brasil tem tradição, como café e algodão, o foco de atuação será dado a cinco culturas: soja, milho, cana-de-açúcar - as três, nessa ordem, são as que respondem pela maior parte do faturamento da companhia -, batata e tomate. "Para batata e tomate, nosso portfólio é mais completo que em outras culturas. Por isso elas fazem parte das cinco com foco maior", disse Bueno.

A DuPont também pretende retomar a ascensão das operações de troca de insumos por produtos agrícolas, também conhecida como "barter". Segundo o executivo, a ferramenta manteve trajetória de crescimento na empresa desde que as primeiras operações foram realizadas, no início da década, mas registrou retração em 2008.

Isso ocorreu, afirma Bueno, porque a trading de grãos com a qual a DuPont atuava, que era responsável pelo financiamento das operações, reduziu sua atuação no segmento no ano passado. Assim, em vez de atuar apenas com uma parceira, os contratos serão fechados com várias tradings.

Pretende-se, com isso, que as trocas de defensivos por produtos agrícolas voltem a responder por quase 20% do faturamento da área de defensivos da empresa no Brasil, patamar que havia sido alcançado em 2007. "As trocas eram feitas em soja e milho. Vamos passar a oferecê-las também em algodão, café e cana", diz.

Parte do crescimento do mercado de defensivos em 2008 foi creditada à disparada do preço do petróleo, base da produção de produtos de importância estratégica para o segmento no país - houve repasse de preços, portanto, que não deverá se repetir neste ano. Bueno acredita, com isso, que embora o volume de vendas do setor deva se manter neste ano, a receita tende a cair. "Mas nós devemos crescer 5%", diz. Para o mercado, ele estima retração de 10% a 15%.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 15, 16 e 17 maio 2009, Empresas & Tecnologia, p. B10.