

Negócios

A receita da Syngenta contra o calote

Com uma criativa estratégia, a fabricante de sementes reduz a inadimplência e se torna a maior exportadora de algodão do Brasil

ROSENILDO GOMES FERREIRA

EM POUCAS ATIVIDADES ECONÔMICAS o risco de calote é tão elevado quanto no setor agrícola. Oscilações climáticas, forte sensibilidade a fatores externos, como a alta ou a queda do dólar, e até a baixa profissionalização de muitas companhias que atuam na área são motivos que fazem com que os caloteiros sejam mais comuns do que em outros segmentos. Uma das maiores produtoras de sementes e compostos químicos usados na agricultura, a suíça Syngenta encontrou uma solução que combate esse cenário. Graças a um novo modelo criativo de negócio, as taxas





“A América Latina vai se transformar no principal celeiro agrícola do planeta”

GUIMARÃES, DIRIGENTE DA SYNGENTA

de inadimplência de seus parceiros caíram de 10% para 1% no período de uma década. Batizada de Operação Barter, a estratégia é simples. Funciona da seguinte forma: a Syngenta dá ao agricultor a opção de quitar uma parte da fatura de compra de sementes e defensivos com sacas do produto: soja, algodão e café, por exemplo. No caso do algodão, a transação tem como base a cotação da commodity na Bolsa de Liverpool, na Inglaterra. No final da colheita, cabe à empresa providenciar a logística para retirar o material da fazenda e entregá-lo ao cliente final. "É uma tacada inteligente porque permite mitigar os riscos inerentes a uma operação na qual a renda do cliente é suscetível a variáveis como o clima", afirma o analista Arnaldo Luiz Corrêa, diretor da Archer Consulting, especializada em agronegócio.

Mais do que um mero escambo, trata-se de um engenhoso modelo que vem apresentando resultados expressivos para a subsidiária. Hoje, essas transações já colaboram com 30% da receita, de US\$ 1,5 bilhão, obtida pela companhia no Brasil em 2008. "Queremos elevar essa fatia para 50%", afirma Antônio Carlos Guimarães, presidente da divisão de proteção de cultivos da Syngenta para a América Latina. Inovações desse tipo ajudaram a subsidiária a crescer 25% ao ano e assumir a segunda posição no ranking global da corporação, atrás apenas dos Estados Unidos. Guimarães não esconde que sua ambição é assumir a liderança. "A América Latina tem potencial para se transformar no principal celeiro agrícola do planeta", ressalta ele. O sistema também gerou um efeito curioso. **A Syngenta é hoje a maior exportadora de algodão do Brasil. Desde a safra 2003/2004, a empresa vem embarcando uma média de 80 mil toneladas de algodão por ano, montante que equivalente a 15% de tudo que o País vende dessa commodity para o Exterior.** No caso do algodão, a priorida-

de agora é ajudar os parceiros a agregar valor à produção. Isso será feito com o estímulo ao plantio de variedades nobres, muito procuradas por fabricantes de calçados de performance, como a Nike.

Nos últimos anos, a Syngenta tem se dedicado a lançar estratégias inovadoras. A empresa está desenvolvendo a primeira semente do mundo para cana-de-açúcar. Batizada de Plene, ela começa a ser comercializada em 2010. O projeto está orçado em US\$ 150 milhões e deve ajudar a aumentar de forma significativa a produtividade dessa cultura (*leia quadro*). Outro investimento importante

INOVAÇÃO NO CAMPO

A receita da Syngenta para o plantio de cana

Como é hoje

Primeiro, são abertas valetas na terra. Depois, operários jogam os caules que são cortados, a golpes de foice, em toletes de 40 centímetros.

Na seqüência, outro grupo cobre as valetas

A invenção da Syngenta

Uma semente, de apenas quatro centímetros de tamanho e com elevado poder de germinação, é plantada com o auxílio de uma máquina desenvolvida pela John Deere

Por que isso é bom

Abre espaço para o plantio nas áreas usadas na produção de mudas. A mecanização reduz o custo de plantio entre 10% e 15% e encurta o ciclo de replantio de seis para três anos

vem sendo feito em projetos de plantio de cafés especiais. Um deles é o Programa Nucoffee, que abriu caminho para dois mil pequenos cafeicultores do segmento de cafés especiais. Eles receberam assessoria técnica e tiveram as lavouras certificadas. A Syngenta também se responsabiliza pela comercialização do produto. Em 2009, vão ser exportadas 50 mil sacas de café premium para 26 torrefadoras de várias partes do mundo. O contrato exige que os produtores se abasteçam de sementes e defensivos com a grife da empresa. Hoje a filial da corporação suíça domina 40% do mercado de agroquímicos e sementes para a lavoura de café, pata-mar 15% acima do verificado há cinco anos.