

Brasil ganha destaque na indústria de defensivos

Alexandre Inacio

Vendas ultrapassarão os US\$ 10 bilhões na próxima década

Diante do potencial de crescimento da produção agrícola nacional e das áreas ainda a serem exploradas, o Brasil é visto pelas empresas de defensivos agrícolas como uma das últimas fronteiras para o setor e com maior capacidade de expansão dos negócios. No ano passado, o mercado de defensivos no país movimentou US\$ 6,6 bilhões, mas irá superar os US\$ 10 bilhões na próxima década, quando a área plantada com grãos no Brasil se aproximar do patamar de 70 milhões de hectares, ante os atuais 60 milhões.

Estimativas do Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Defesa Agrícola (Sindag) mostram que o Brasil usa cerca de quatro quilos de princípio ativo de defensivos por hectare. Em outros países produtores, como França e Japão o uso médio é de 10 quilos por hectare. "Só o cultivo de batata na Holanda usa em média 15 quilos de defensivo por hectare, levando em conta apenas o princípio ativo, sem fixadores e outros componentes que formam o produto comercial", diz Ivan Sampaio, gerente de informações do Sindag.

Além de ainda haver espaço para ampliar o uso de tecnologia e se obter um aumento na produtividade, o potencial que o Brasil tem para atender a demanda externa por commodities é apontado como um fator estratégico para o setor. Apenas cinco culturas são responsáveis por quase 80% das vendas de defensivos no país. A soja, sozinha, representa 47% da demanda nacional por agroquímicos, seguida pelo milho e pela cana-de-açúcar, com fatia de 11% e 8%, respectivamente, em 2009. O algodão com 7% do mercado e o café com 4% foram as cinco culturas que mais consumiram defensivos no ano passado.

"Hoje o Brasil é o terceiro maior exportador de produtos agrícolas do mundo. Diante do aumento da demanda por alimentos e do crescimento da população, o país é um dos poucos onde pode haver expansão de área, o que vai levar o país a se tornar o líder em exportação", afirma Gerhard Bohne, diretor de operações de negócios Brasil da Bayer CropScience.

O otimismo domina as principais empresas, que têm planos ousados para crescer no Brasil. A Ihara quer dobrar sua participação no mercado nos próximos cinco anos e já tem liberados US\$ 26 milhões para investir até 2014. A Milênia aplicará apenas neste ano R\$ 15 milhões em áreas como meio ambiente, segurança e manutenção das fábricas.

Com uma estratégia para complementar sua linha de herbicidas para pecuária, a Dow Agrosciences acertou uma parceria com a mexicana Papalotla para comercializar no Brasil, Uruguai, Argentina, Paraguai e Bolívia híbridos de pastagem. A empresa selecionou 84 híbridos, já está comercializando um deles no Brasil e outros quatro já estão em processo de registro. "Os produtos para pecuária representam 25% dos negócios da Dow no Brasil", afirma Welles Pascoal, diretor de marketing da empresa.

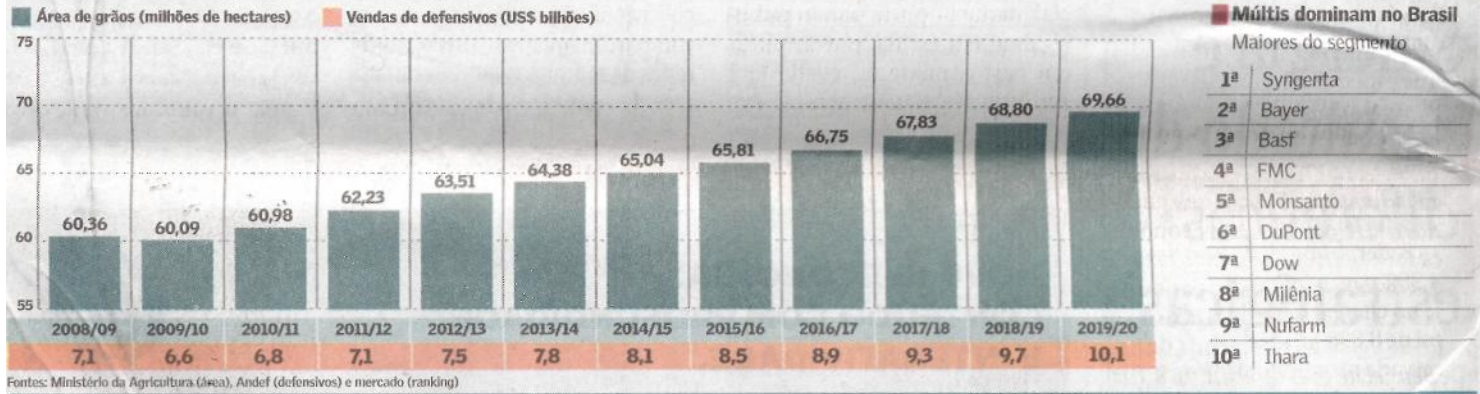
É no segmento de grãos que a Basf aposta suas fichas. A expectativa da empresa é de que a produtividade brasileira aumente tanto nos próximos anos que irá superar o rendimento das lavouras dos Estados Unidos. A companhia lançou neste ano em parceria com a Embrapa sua primeira soja transgênica, que é resistente a seu herbicida. A ideia é ser uma alternativa ao Roundup, da Monsanto.

Já para a líder Syngenta, o fim de alguns patentes, mesmo de produtos importantes para o Brasil, não é um fator preocupante. Os novos produtos que entrarão no mercado em nível global devem render aos caixas US\$ 4 bilhões.

Fugindo um pouco das culturas mais tradicionais, a japonesa Arysta aposta no segmento de hortifrúti para ganhar espaço em defensivos. Apesar de isoladamente cada fruta e legume ter uma participação pequena dentro do mercado, somados a representatividade cresce e alcança uma fatia de 7% do total.

Mercado otimista

Projeções para área plantada de grãos e uso de defensivos no país



Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 17 maio 2010, Empresas, p. B14.