

AGRONEGÓCIOS

O Não é só na indústria farmacêutica que os produtos com patentes expiradas fazem sucesso. Os agroquímicos, até 20% mais baratos, ganham espaço no campo e atraem novas empresas

FÁBIO MOITINHO

GRANDE MERCADO DOS GENÉRICOS

Desde março, o agrônomo Renato Seraphim, 45 anos, pôs pé na estrada. Ele já passou, por exemplo, por Sorriso e Sinop, em Mato Grosso. Esteve nos municípios de Catalão e Cristalina, em Goiás. E, até novembro, visitará outras 50 cidades. “A minha jornada mais intensa está começando neste mês”, diz Seraphim. Sua missão é clara: estabelecer um canal de comunicação com os distribuidores da nova marca de defensivos agrícolas genéricos que está chegando ao Brasil, a americana Albaugh, sediada em Ankeny, no Estado de Iowa, e dona de um faturamento global de US\$ 1,1 bilhão. Até pouco tempo atrás a empresa americana, liderada no País por Seraphim, atuava no mercado nacional de forma mais discreta, comandando as subsidiárias Atanor do Brasil e da Consagro Agroquímica. Mas chegou a hora de mostrar a sua cara e unificar as operações debaixo de apenas uma marca.

A chegada da Albaugh no País não acontece por acaso. De acordo com o Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Defesa Vegetal (Sindiveg), dos US\$ 9,6 bilhões que o mercado de defensivos agrícolas movimentou, em 2015, US\$ 3,65 bilhões correspondem aos agroquímicos genéricos. Essa linha de produtos, como herbicida, fungicida, inseticida e tratamento de sementes, têm suas patentes expiradas e, por isso, seu comércio é liberado para qualquer empresa. Entre eles está, por exemplo, o herbicida glifosato, utilizado nas lavouras transgênicas e que, até o

ano 2000, era exclusivo da também americana **Monsanto**. As empresas estão de olho no Brasil por ele ser o mercado que mais vai crescer no mundo. Até 2019, segundo a consultoria alemã Kleffmann, a previsão é de um incremento de 6% ao ano, o que elevaria a receita para US\$ 12 bilhões. No mundo, a expectativa de crescimento é metade do que deve ocorrer no Brasil: 3% ao ano, chegando a US\$ 67,8 bilhões. “No caso dos genéricos, esse mercado vai crescer porque os produtos são uma excelente opção ao produtor”, diz a advogada Silvia Fagnani, vice-presidente executiva do



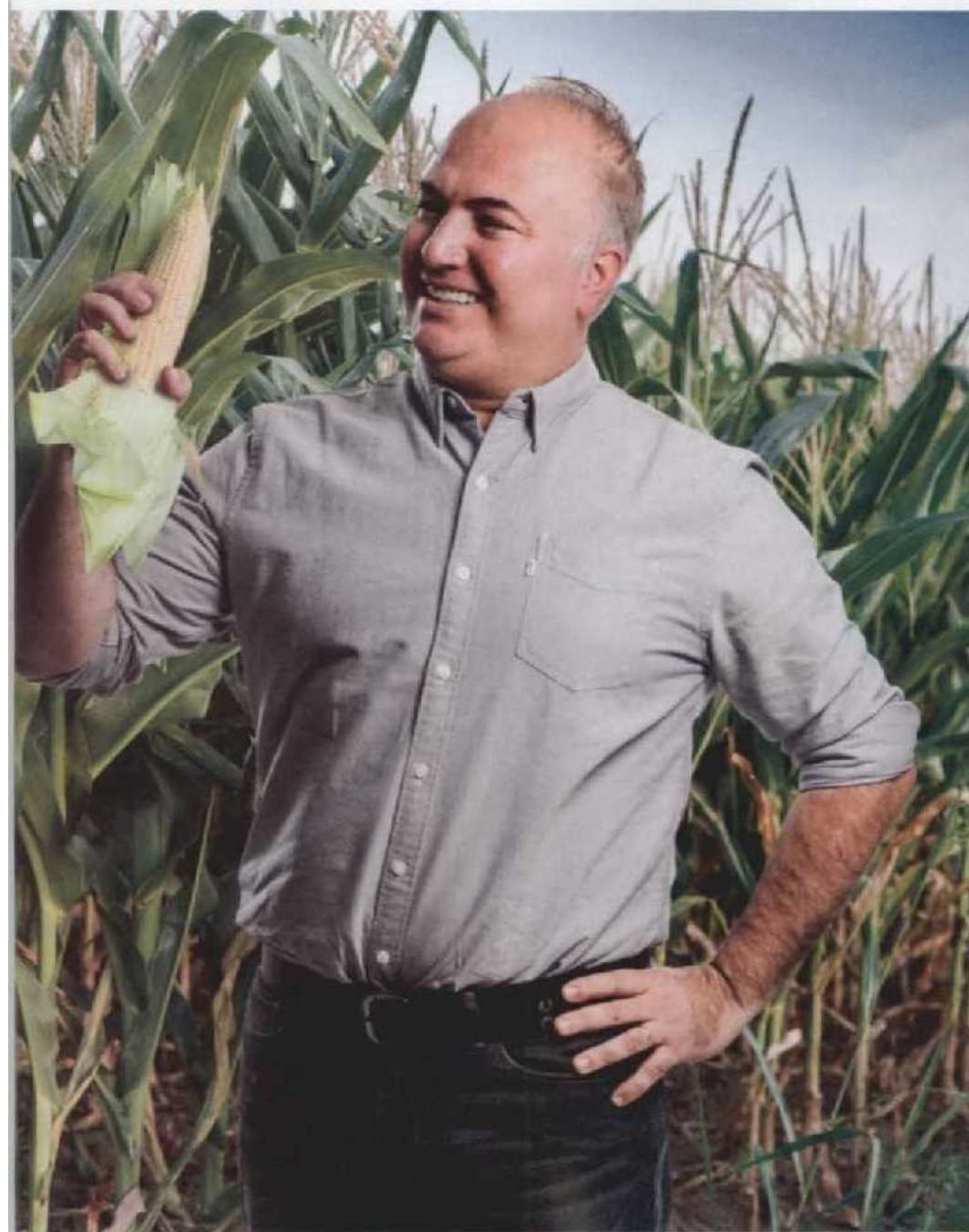
“Em um setor no qual as empresas investem em inovação, optamos pelo custo-benefício do que já está disponível ao produtor”

Renato Seraphim,
presidente da
Albaugh Brasil



FOTO: DIVULGAÇÃO

ALTERNATIVA: para Fagnani, do Sindiveg, os defensivos genéricos são uma excelente opção por se tratar de uma linha de produtos de qualidade a um preço reduzido



Fonte: Sindveg

Sindveg. “Isso porque há uma grande oferta de produtos confiáveis e a preços mais em conta.” Para o agrônomo Túlio de Oliveira, diretor executivo da Associação Brasileira dos Defensivos Genéricos (Aenda), o maior trunfo para os produtores tem sido justamente a oferta crescente. “O preço médio dos genéricos caiu de fato nos últimos anos, em função do aumento de opções no mercado”, diz Oliveira. **O preço médio do quilo de herbicidas e fungicidas, que era de US\$ 23 em 2012, caiu a US\$ 12 no ano passado, uma queda de 47,8%.** Em real, a preços nominais, o que há cinco

anos custava cerca de R\$ 45, em 2015, caiu para R\$ 39. No caso da Albaugh, o plano é vender seus produtos a preços 20% abaixo do mercado de genéricos. “Em um setor no qual as empresas investem em inovação, optamos pelo custo-benefício do que já está disponível ao produtor”, diz Seraphim. Não por acaso, entre 2012 e 2015, o volume de genéricos aplicados nas lavouras passou de 260,5 mil toneladas anuais para 304,9 mil, volume que representa 77% do mercado total de agroquímicos, segundo o Sindveg.

Na briga por uma fatia desse mercado estão importantes empresas do setor,

como a israelense Adama, a australiana Nufarm e a americana FMC. E também gigantes multinacionais, como **Syngenta, Bayer, Basf, Dow, Monsanto e Dupont**, com seus fortíssimos departamentos de pesquisa e inovação, que juntos investiram cerca de US\$ 6 bilhões no ano passado. Para a alemã **BASF**, sua participação no mercado de genéricos está relacionado ao seu próprio portfólio de produtos, segundo Marcelo Batistela, diretor de marketing da companhia. “Nosso foco será sempre a inovação, mas é natural estarmos no mercado de genéricos”, diz ele. “Isso porque continuamos no mercado com os ativos da **BASF** que perderam suas patentes.”

Para fazer frente a essas gigantes, a Albaugh também está investindo US\$ 300 milhões no Brasil, mas na produção. Com a reforma de uma fábrica em Resende (RJ), ela irá processar cerca de 40 produtos. Outros 29 estão à espera de licença, um período que pode durar até cinco anos. “Gostaríamos que esse processo fosse mais rápido, porque temos pressa”, diz Seraphim. “Nos Estados Unidos a espera seria só de um ano.”