

## “Produtor busca sempre a tecnologia mais rentável e mais cômoda”

O argentino Pedro Rugeroni, diretor geral da Syngenta Seeds no Brasil, desembarcou em São Paulo, vindo de Buenos Aires, há dois anos, com a missão de mudar o modelo de negócios da Companhia. Rugeroni, que trabalha na empresa há 23 anos, atravessou várias fusões e aquisições, atuando nas áreas de pesquisa e vendas. Foi vendedor, gerente regional, gerente de marketing, gerente de vendas, até assumir a direção geral da Syngenta Seeds no Brasil.

“Havia muita informalidade na gestão da companhia no Brasil”, diz ele, que, nos últimos anos, vem buscando modernizar a produção de sementes nas fábricas de Ituiutaba e Matão. A Syngenta, que mantém duas estações experimentais, em Cascavel (PR) e em Uberlândia (MG), está inaugurando outra em Mosoró (RN) para pesqui-

sa com melão, melancia e tomate, e produção de sementes de frutas, voltadas à exportação.



**Agroanalysis - Qual é o principal negócio da Syngenta?**

**Pedro Rugeroni** - Na área de sementes, o milho híbrido é o carro-chefe, respondendo por 80% do faturamento. Mas os defensivos faturam dez vezes mais. Trabalhamos também com melancia, com a qual temos 80% do mercado, e melão para a produção local e exportação. Um mercado que cresceu muito foi o de milho doce. É um negócio interessante, há uma variedade nova que permite produzir milho da mesma qualidade que se comercializa e se consome na França, o principal mercado da Europa. Esse milho é para consumo humano e tem maior teor de açúcar. É um produto que mudou muito nos últimos anos. Hoje, tem mais qualidade, está mais saboroso e agradável.

**"Isso  
(a produção de  
milho doce) é  
um bom negócio.  
Você produz  
cerca de 30 mil  
espigas em um  
hectare, que são  
vendidas na  
praia por  
R\$ 2 cada uma"**

**Agroanalysis**  
- O que se vê no Brasil é o consumo humano de milho de forma bem artesanal, nas barracas de praia, por exemplo.

**Rugeroni** – Agora, estamos fazendo uma pesquisa para investigar como funciona o mercado de milho doce no Brasil. Há empresas e produtores especificamente indicados para abastecer essas barraquinhas de praia, principalmente em Florianópolis. Isso é um bom negócio. Você produz cerca de 30 mil espigas em um hectare, que são vendidas na praia por R\$ 2 cada uma. A produção de milho enlatado também apresenta um bom faturamento. Na Europa, só se pode produzir milho durante três meses. Uma fábrica de milho doce enlatado custa aproximadamente US\$ 25 milhões. É um investimento alto para se trabalhar apenas três meses por ano. Aqui, é possível produzir milho quase o ano inteiro.

**Agroanalysis - O Brasil exporta milho enlatado?**

**Rugeroni** - Pouca coisa. O milho doce produzido aqui é muito duro para os padrões europeus. Mas existem algumas companhias multinacionais pensando em investir no Brasil. Este ano, a Syngenta está lançando três sementes desenvolvidas no Brasil. Vamos fazer parcerias com as indústrias Bonduelle, General Mills, Brasfrigo e Zeneca Foods para produzir uma varie-

dade de milho doce voltada exclusivamente à exportação para EUA e Europa.

**Agroanalysis - Depois de três anos de "vacas**

**gordas", os negócios com milho e soja não devem ser lucrativos nesta temporada. Os produtores estão reclamando muito.**

**Rugeroni** - Há motivos para isso. Muitos produtores fizeram investimentos altos em máquinas. E agora, diante da queda dos preços agrícolas e do aumento dos custos, combustíveis e fertilizantes, por exemplo, a margem vai ficar bem estreita. Agora, os preços parecem estar se recuperando um pouco.

**Agroanalysis - O que acontece com o milho no Brasil, que deixa o produtor sempre "no vermelho"?**

**Rugeroni** - É um pouco difícil explicar, mas acredito que seja porque 90% do milho produzido no Brasil são consumidos aqui mesmo. O volume de exportações é baixo. E a maior parte do milho vai para ração de suínos, frangos e bovinos. Acho que a tendência é de o preço subir um pouco nesta temporada. Em geral, se plantou 8% a menos no Paraná, Mato Grosso e Rio Grande do Sul. A Sadia e a Perdigão têm estoques de milho e, por isso, o preço se mantém estável. Mas acredito que em dois meses teremos novidades.

**Agroanalysis - A chamada**

**agricultura energética pode mexer com o mercado mundial de milho. O senhor acha que haverá uma mudança significativa?**

**Rugeroni** - Vai mudar, mas não nos próximos quatro ou cinco anos. Hoje há muito marketing, muita novidade, mas nada de concreto. Os EUA estão produzindo muito álcool de milho, mas não em volume suficiente para causar grande impacto no mercado mundial.

**Agroanalysis - Como anda a agricultura argentina?**

**Rugeroni** - Está numa situação parecida com a do Brasil. Só que o produtor argentino tem uma desvantagem, uma vez que o governo tributa em 20% do valor internacional cada tonelada de soja ou de milho produzida na Argentina. Aqui, o produtor tem mais vantagens, com boas linhas de financiamento.

**Agroanalysis - Como estão os investimentos da Companhia na biotecnologia?**

**Rugeroni** - A empresa é a "número 2" em milho transgênico. Ainda não temos aprovação para o plantio comercial no Brasil. Estamos aguardando que se forme a nova CTNBio para solicitar a liberação do plantio comercial. Há quatro anos, estamos realizando experimentos em áreas previamente autorizadas pelo governo para ensaios transgênicos. Temos um milho transgênico que permite o controle da diatréia, uma lagarta que se hospeda no cartucho do milho

**"Hoje, os primeiros do ranking do plantio da soja transgênica são os EUA, seguidos da China, do Canadá. Em quarto lugar, aparece o Brasil, onde o plantio ainda nem está legalizado"**

e derruba a produtividade. Esse produto vai proporcionar a redução do uso de agrotóxicos. A lagarta está aparecendo muito em Mato Grosso, exigindo de 3 a 5 aplicações por safra. Este é um gene que está pronto para ser comercializado. Além dele, temos mais dois genes em pesquisa.

**Agroanalysis - Na sua opinião, por que os transgênicos enfrentam tanta resistência no Brasil? Foi uma falha da Monsanto, que foi a pioneira nesta área?**

**Rugeroni** - Pode ter sido uma falha da Monsanto. Mas veja bem. Hoje, o primeiro lugar do *ranking* do plantio da soja transgênica é dos EUA, vindo em seguida a China, o Canadá e, em quarto lugar, o Brasil, onde o plantio ainda não está legalizado. São cinco milhões de hectares, 4% do total de transgênicos plantados no mundo. O produtor sempre vai buscar o que tem de melhor, a tecnologia de plantio mais rentável e mais cômoda. A resistência dos brasileiros aos transgênicos é resultado das campanhas movidas pelos ambientalistas. À medida que o tempo passa, se comprova que os transgênicos não trazem danos à saúde. Há dez anos, as pessoas nos EUA e na Europa estão consumindo alimentos transgênicos. E até hoje não há registro de nenhum caso médico. Na Argenti-

na, hoje, 60% do milho plantado é transgênico. Na soja, esse total é de 98%.

causa do tamanho da floresta, do medo de destruírem a Amazônia. É uma preocupação saudável e legítima. A legislação brasileira sobre meio ambiente é uma referência para o mundo.

**Agroanalysis - E na Europa? A resistência a produtos transgênicos caiu nos últimos anos?**

**Rugeroni** - Está caindo, pois a oposição perdeu seus argumentos. Todos os genes de que temos registro no Brasil e na Argentina estão aprovados na Comunidade Econômica Européia para consumo humano, embora ainda não para a produção.

**Agroanalysis - Quais são as novidades da Companhia**

**para o Brasil?**

**Rugeroni** - Uma delas é a inauguração de uma estação de pesquisas no Nordeste. Também vamos investir US\$ 5 milhões para modernizar as nossas duas fábricas de sementes. São medidas que reduzem custo e melhoram a qualidade de nossos produtos. ■



**Agroanalysis - Existe uma diferença entre o consumidor argentino e o brasileiro. O brasileiro se preocupa mais com as questões ambientais.**

**Rugeroni** - Há, de fato, uma maior preocupação com o meio ambiente no Brasil do que na Argentina. É um tema constante na sociedade brasileira. Talvez, por