Jean-Pierre Longueteau, diretor da área de Proteção das Plantas, da Bayer, viu frustrar-se na juventude sua vocação de artista na França, onde nasceu, quando o pai, agricultor, exigiu que estudasse agronomia, para tocar o negócio da família. Olhando hoje para trás, ele não tem razões para se arrepender, pois soube mobilizar de outra forma sua sensibilidade, graças à qual chegou a colocar-se à frente de um negócio que para a Bayer brasileira converteu-se no seu segundo maior mercado do mundo – o da fitossanidade.

Há apenas cinco anos no país, Longueteau antevê um futuro promissor para a agricultura a despeito das dificuldades conjunturais. Aposta numa produção de 100 milhões de toneladas de grãos na virada do milênio e discorre sobre as relações comerciais Brasil & União Européia com a experiência de quem conhece bem os dois lados. Acredita que a Europa fará algumas concessões na reunião da OMC, que deverá coincidir com a definição de uma nova Política Agrícola Comum – PAC – para 2000. Fala também dos transgênicos, buscando compreender a hesitação do Brasil nessa questão, sobre o pano de fundo da divergência de interesses entre Estados Unidos e União Européia.

Saúde para a lavoura

NIVALDO MANZANO



Longueteau: orgânico não é oposto do químico

■ *Como ficam os planos de investimento da Bayer no Brasil após a mudança cambial ?*

— Em 1997 o grupo Bayer comemorou 100 anos de Brasil. Teve a oportunidade de viver muitas mudanças e problemas. Nem por isso recuou: investiu sempre. Bom exemplo foi a criação e as sucessivas ampliações nos anos 60 do complexo de Belfort Roxo, no Rio de Janeiro, na empresa o maior em extensão do mundo. Agora, com a turbulência monetária de janeiro, a Bayer decidiu adiar seus planos para reavaliar a situação. Havia um plano de investimentos de US$30 milhões para 1999/2000. Mas o plano está mantido.

Na área de proteção das plantas, que é a minha, teremos a criação, a partir deste ano, de uma nova estação experimental em Avaré, São Paulo; ampliações de capacidade de produção de produtos de expansão concentrada; um projeto na área de saúde animal para aumentar nossa capacidade de produção de formulações em pó. Voltamos a estas formulações, que pareciam ultrapassadas pelo líquido e pelo granulado. Estamos investindo também em equipamentos de embalagens com capacidades diversificadas: na mesma linha será possível obter dosagens de 100ml até 20 litros. Nos preparamos para atender ao mercado futuro de horta-jardim, ou seja, da planta ornamental do interior doméstico até uma pequena horta no quintal.

■ *Como evolui o mercado de fitossanitários?*

— Esse mercado cresceu nos últimos anos de maneira vertiginosa. No início da década de 90, o mercado brasileiro girava US$1 bilhão; de 1995 até hoje, evoluiu para US$2,5 bilhões. Por quê? Porque os fitossanitários, ao lado de outros insumos, são fatores de produção que contribuem para elevar os ganhos de produtividade. No mesmo período, passamos de uma produtividade de pouco mais de 1,5t de grãos por hectare para quase 2,5t/ha. Esse resultado coincide com a nova política do crédito não-subsidiado: para sobreviver, os agricultores tiveram de se virar, encontrando soluções novas que lhes permitissem auferir rentabilidade de sua atividade. Nos últimos anos, o aumento da produção foi de cerca de 5 milhões de toneladas por ano; para 1998/99 teremos 85 milhões de toneladas; para 2000/01 vamos chegar, sem dúvida, a 100 milhões de toneladas.

No planeta, o único continente que ainda tem terras disponíveis é a América Latina. A extensão cultivável no Brasil é de 350 milhões de hectares, e hoje são explorados apenas 50 milhões. Admitindo que 200 desses 350 milhões não devem ser tocados por razões ambientais, ainda assim sobram 100/150 milhões de hectares. O que quer dizer que, sem muita dificuldade, o Brasil pode multiplicar sua área cultivada de maneira sustentável por três, sem falar no aumento da produtividade. Isso quer dizer que o mercado de US$2.5 bilhões pode chegar em 2010/15 a equiparar-se ao dos Estados Unidos. Já em 1998 o volume de insumos consumidos na área de proteção das plantas pelo Brasil colocou o país no segundo lugar mundial.

■ *Como a Bayer encara o processo mundial de compras, fusões e incorporações de empre-*

sas no setor da indústria química? Quais as razões desse processo?

— Observa-se que a intenção é unir forças, melhorar algumas situações, buscar escala. Quase ninguém promove um casamento com seu concorrente pelo prazer de fazê-lo. Vai porque precisa. A necessidade é de duas ordens. A primeira, uma lucratividade que não satisfaz os acionistas. A segunda, o estado atual da riqueza de seu portfólio. A empresa que tem um *pipeline* muito rico – as moléculas, as novidades que estão chegando (o prazo é de 10 anos) – não tem necessidade de casar interesses. Mas se o rendimento de seu *pipeline* for medíocre, seu portfólio de futuro não for rico e sua dimensão no mercado mundial for insuficiente, nesse caso promover o casamento é uma necessidade e uma obrigação. Pode ser fusão, compra, associação etc. Uma das primeiras foi a da Dow com a Elanco: esta queria concentrar mais esforços na saúde humana e animal, e por isso quis confiar à Dow o desenvolvimento de seu setor de proteção global. Hoje, 15 anos depois, uma foi absorvida pela outra, surgindo daí a Dow Sciences. Outro exemplo foi a AgrEvo. A Schering estava em dificuldades porque a maior parte de seus produtos fitossanitários ocupava-se da beterraba e concentrados na Europa; além do que esses produtos, de alguma idade, já não estavam cobertos por patentes. Foi preciso pois encontrar um parceiro capaz de prolongar a vida de suas moléculas. Hoje a AgrEvo está fazendo aliança com a Rhodia, para continuar avançando. Por que não fazê-lo? Deve-se admitir como normal que situações pouco confortáveis levem a casamentos.

■ *E quanto à Bayer?*

— Não estou dizendo que a Bayer não possa vir a sujeitar-se ao mesmo processo. Se seus concorrentes criarem megaempresas, a Bayer, que dispõe atualmente de excelente saúde, poderia nessa conjuntura hipotética ter sua posição ameaçada. Hoje, porém, essa não é nossa prioridade, embora estejamos sempre conversando com nossos concorrentes.

■ *Como a Bayer vê a transformação genética aplicada à agricultura? Agricultura e saúde humana irão caminhar juntas?*

— O grupo Bayer foi dos primeiros a trabalhar em biotecnologia vegetal e depois na área de saúde humana, no âmbito de uma *joint venture* de pesquisa com o grupo Hoechst sobre imunologia. Os resultados foram bastante positivos quanto a doenças do sangue. Quanto às biotecnologias vegetais, a opção da moda na época era o mercado de sementes. A Bayer, ao contrário de concorrentes, não aderiu, da mesma forma como ocorrera 20 anos antes, quando a opção fora a compra de empresas de fertilizantes. Parece que a opção foi acertada, pois não existe uma única empresa hoje trabalhando, ao mesmo tempo, com fitossanitários e adubos. É verdade que semente e tecnologia vegetal são áreas complementares, mas será que para se trabalhar com sementes é preciso comprar uma empresa de sementes? Achamos que não, sobretudo porque a semente, além da pesquisa, tem a ver com uma logística que vai até o agricultor. Vender a ele é um serviço como qualquer outro, e para isso não seria preciso comprar uma empresa de sementes. Essa é a razão histórica por que a Bayer não entrou em sementes. Isso não significa que não tenhamos interesse em biotecnologias vegetais. É como a situação da Microsoft, empresa número um em *software*, que não opera no mercado de *hardware*. Mudaremos de opinião algum dia? Talvez, mas nesse caso será para comprar *know-how*. Atualmente, visamos sim à complementaridade de nossas atividades: saúde humana e animal têm o mesmo fundamento.

TOMANDO-SE algumas precauções, não há risco para a biotecnologia. Mas estamos falando do que conhecemos hoje. Será que não seria melhor esperar mais? Esse ponto de interrogação só encontra resposta no futuro.

■ *Há temores de que a biotecnologia termine por gerar o aparecimento de organismos perigosos, de difícil controle. Esse temor tem fundamento?*

— É difícil de separar o aspecto emocional do aspecto científico nessa questão. De maneira geral, os conhecimentos atuais mostraram que, tomando-se algumas precauções, não há risco. Mas estamos falando do que conhecemos hoje. Será que não seria mais conveniente esperar mais? Esse ponto de interrogação só encontra resposta no futuro. Na Europa, o debate sobre os transgênicos, eivado de paixão e protecionismo, levou o governo francês no ano passado a constituir uma ampla comissão representativa de todos os interessados, coordenada pela Assembléia Nacional. A conclusão foi ambígua. Não se conseguiram identificar riscos, ao mesmo tempo em que não se conseguiu demonstrar que eles não existem. Conseqüentemente, isso levou a Europa a manter sua política de cautela, até se chegar à conclusão definitiva de que não existe risco. A noção de produto transgênico como capaz de transmitir algum gene resistente a certa substância química é apenas o início de caminhos promissores como produtividade, enriquecimento das plantas etc. Teoricamente, é verdade que os efeitos de interação, em ambientes diversos, podem conduzir a transformações. A espécie humana é resultado disso. Mas é verdade também que até agora não se conseguiu demonstrar transformações na prática.

■ *Como interpretar a situação na qual a Europa recua por dúvida prudente, enquanto os EUA e outros países avançam na utilização de produtos transgênicos?*

— Estamos diante do confronto de duas culturas, sem que nenhuma delas possa demonstrar claramente quem tem razão e quem não tem. Minha posição é de que é preciso avançar com prudência.

■ *Por que as empresas norte-americanas que processam produtos transgênicos resistem em rotular os produtos?*

— Por uma questão de custo. Identificar e separar uma partida de soja transgênica de ou-

tra comum custa muito dinheiro, além de não se ter segurança quanto ao tipo de semente utilizado pelo produtor. Ainda que fosse possível, praticamente, oferecer um produto identificado com segurança, viria a pergunta que os americanos fariam aos europeus: vocês estão dispostos a pagar mais por isso? Outra via seria informar que o produto pode conter soja transgênica, o que deixaria muitos intranqüilos. Interessante a esse propósito é a posição do Rio Grande do Sul, que poderá oferecer a quem quiser, com segurança, uma soja não-transgênica. Pioneiros no mundo, os gaúchos ocupam um nicho de mercado que estava à sua espera. Uma solução perfeita, na visão do *marketing*, embora vá custar dinheiro e não se saiba ainda se praticamente será viável.

■ *Como o senhor vê a política brasileira nessa questão?*

— A polêmica brasileira faz sentido. A pergunta que se faz aqui é: será que os americanos caíram na armadilha? Será que a América Latina, Brasil à frente, não teria interesse em atrasar a adoção dos transgênicos? Outra razão para adiar o debate são as próximas negociações na Organização Mundial do Comércio. Nelas, a Europa, obviamente, vai ter de ceder em algum ponto e o Mercosul também.

■ *O que o Brasil pode esperar de concessões européias na OMC?*

— Não custaria muito à União Européia, na minha opinião, abrir um pouco. O Brasil tem hoje, com Fernando Henrique, uma credibilidade que o credencia na negociação. E, principalmente, o volume das exportações brasileiras é muito pequeno em relação ao das exportações européias para o Brasil. Além disso, como a reunião vai coincidir com a nova agenda 2000 da nova PAC da União Européia, é de esperar alguma abertura, embora eu não saiba dimensioná-la. Que o *lobby* europeu continuará forte, não há dúvida: o Brasil consegue produzir uma tonelada de açúcar por US$200, enquanto na Europa o custo de produção vai a US$600/700.

■ *Não se poderia pensar uma negociação global, de lado a lado, na qual os produtos da agricultura entrariam como parte do pacote maior?*

— Há duas dificuldades, nessa perspectiva. Primeiro, a Europa não precisa dos produtos da América Latina. Precisa, sim, dos mercados da América Latina. De sua parte, a América Latina não tem tecnologia nem capacidade de se desenvolver de forma autônoma. A segunda é que a Europa ainda não é bem a União Européia: é um conjunto de países que tem como política comum apenas a agricultura. Por isso, para negociar com uma Europa unida, o único assunto da pauta é a agricultura. Não ocorre a mesma coisa com a indústria química e com tudo mais. Seria preciso, portanto, na perspectiva de uma negociação brasileira global, negociar com cada país europeu isoladamente.

■ *Com a introdução dos transgênicos, é possível prever uma queda no consumo de herbicidas. Como a Bayer se coloca diante desse novo quadro?*

— Se o produto transgênico comprovadamente não oferecer perigo, a biotecnologia vai avançar, ganhando muito espaço. A história dos transgênicos resistentes que estão chegando ao mercado é apenas uma brincadeira inicial em relação à sua potencialidade. Hoje, utilizar uma semente geneticamente modificada significa um ganho de 10% a 20%, correspondentes ao gasto com herbicidas. Por isso, a Bayer acredita que a biotecnologia vai trazer muitas novidades, mas nem por isso julga urgente entrar na área. Estamos, em qualquer mercado do mundo, no primeiro ou no segundo lugar em fungicidas e inseticidas. Em herbicidas, estamos lá embaixo, no 10º lugar. Isso nos coloca na direção de quem tem o herbicida, para buscar alguma complementaridade. Mas a maior parte das pesquisas a curto prazo estuda genes resistentes a herbicidas. Hoje, no Brasil, todos os concorrentes se apóiam em herbicidas, o que significa que eles deverão regredir. O Roundup vai engolir um pedaço de mercado de cada concorrente. Já a Bayer, que não é forte nesse mercado, não será atingida. Ao contrário, verá seu mercado de fungicidas e inseticidas crescer ainda mais, induzido pelo uso das biotecnologias. Uma semente transgênica custará mais, e o agricultor, em conseqüência, vai cuidar melhor da fitossanidade de sua lavoura, especialmente de sua semente. É o que vemos na soja e na cana-de-açúcar, por exemplo. Na cana, com a colheita mecânica, a palhada, que agora se deixa na lavoura sem ser queimada, vai mudar o ambiente do solo, possibilitando a emergência de novas invasoras atualmente não combatidas pelos herbicidas tradicionais. Para atender à nova situação, nosso *pipeline* está pronto para introduzir coisas interessantes.

O MERCADO DE fitossanitários cresceu nos últimos anos de maneira vertiginosa. No início da década de 90, o mercado brasileiro girava US$1 bilhão; de 1995 até hoje, evoluiu para US$2,5 bilhões. São fatores de produção que contribuem para elevar os ganhos de produtividade.

■ *O mercado de produtos orgânicos é ainda pequeno, mas cresce de forma acelerada. Como a Bayer vê esse crescimento?*

— O orgânico não pode ser concebido como oposto ao químico. Esse segmento de mercado não se caracteriza pelo aspecto da inovação tecnológica e da produtividade. Mas sob a visão do *marketing*, existe uma clientela disposta a consumir e pagar por eles. A experiência mundial indica que a evolução do mercado de produção orgânica tem relação direta com o nível de vida. Não é apenas o poder de compra que orienta a opção, mas o estilo de vida. Verifica-se que essa evolução rapidamente se estabiliza em um patamar, encontrando dificuldade de avançar a partir daí como proporção do consumo geral. A evolução das dietas a partir da cesta básica começa com produtos vegetais; depois vem a substituição pela proteína animal, com frango, depois o porco, a carne de boi e, no final, o retorno à cesta vegetal, agora encarecida pelo orgânico.