

Demanda de sucos de frutas

Impacto na laranja brasileira

Marcos Fava Neves*

A CONFERÊNCIA World Juice acontece todos os anos na Europa e reúne os maiores especialistas do setor. O último encontro foi realizado em Nice, na França, onde durante três dias 250 especialistas de diversas empresas discutiram a situação atual dos sucos e as perspectivas futuras. Este artigo visa a mostrar os possíveis impactos das questões debatidas no encontro.

Em geral, os mercados de sucos enfrentaram a crise de 2008 e 2009 com transformações interessantes. Uma delas foi que as marcas próprias do varejo e as marcas de desconto ganharam participação.

Entre os 200 países pesquisados por um dos institutos que participaram da conferência, enquanto a população cresceu nos últimos cinco anos em média 1,2%, o do consumo de bebidas comerciais foi de 3,3% ao ano. Criou-se um mercado de 259 bilhões de litros, fazendo com que o mercado total de bebidas atingisse 1,6 bilhão de litros, 240 litros por habitante por ano (27 litros a mais que em 2003). As águas engarrafadas, os chás, as bebidas energéticas e os néctares cresceram ao ano, respectivamente, 7%, 10%, 19% e 7% ao ano. Os sucos não cresceram nada e perderam participação no mercado global.

Nos Estados Unidos, o consumo de sucos, néctares e refrescos encolheu 3% entre 2007 e 2008. Na categoria de águas, bebidas energéticas, e bebidas à base de café houve crescimento. Em relação às participações de mercado entre as categorias, os refrigerantes respondem por quase 50%, seguido das águas com 30%, dos sucos, néctares e refrescos com 13%,

bebidas esportivas com 4% e outras de menor representatividade. O mercado americano de bebidas de frutas é dividido em proporções praticamente iguais entre sucos e néctares/refrescos. O suco de laranja participa com mais da metade nesta categoria e o suco não concentrado (NFC) leva vantagem por possuir uma imagem de produto natural. Contudo, desde 2000 o consumo americano de suco de laranja segue uma tendência decrescente, despencou de 22 litros *per capita* para cerca de 15 litros, 7 litros a menos.

Na Europa, para onde vão 70% das exportações nacionais de suco de laranja, o consumo de sucos caiu 1,5% ao ano nos últimos cinco anos, enquanto néctares cresceram 3,2%. O volume de sucos, néctares e refrescos, em 2008, foi de aproximadamente 20 bilhões de litros. A Rússia e a Polônia ficaram entre os principais consumidores. Apesar do destaque recebido pelos dois países do Leste Europeu, o consumo médio *per capita* na região é de 21 litros, 11% menor que na Europa Ocidental. Além disso, no Leste Europeu consomem-se produtos de menor valor. Os néctares e os refrescos representam 64%, enquanto os sucos ficam com 36%.

Em todo caso, as notícias do Leste Europeu são melhores, pois os sucos cresceram 9,4% ao ano, acompanhando os néctares (9,9%). Porém, é uma base de consumo bem menor. Enquanto uma queda de 1,5% na Europa Ocidental representa um consumo menor em 1,8 bilhão de litros (mercado de 12,3 bilhões de litros, 12% do total de bebidas), o crescimento de quase 10% no Leste Europeu representa acréscimo de 1,3 bilhão de

litros (mercado de 7,5 bilhões de litros, 21% do mercado de bebidas). Em 2009 ambos os mercados devem perder mais 1,5%. Outra fonte, usando dados da Euromonitor, estima que o Leste terá uma taxa de crescimento um pouco maior, que compensaria o Oeste da Europa.

Estudos atualizados da Canadean¹ sobre sucos, néctares e refrescos indicam que, até 2013, o consumo europeu destes produtos crescerá apenas 0,7% ao ano. Para sucos e néctares o crescimento é menor, cerca de 0,3% ao ano. É irrisório para um horizonte de cinco anos. Especificamente para o suco de laranja a tendência é de reduzir participação no mercado. Dez anos atrás, quase a metade de todo suco consumido na Europa era o de laranja; em 2003 caiu para 41%. e em 2008 para 39%. O néctar e o refresco de laranja também seguiram em queda.

O consumidor global continua com as grandes tendências de saúde, bem-estar e conveniência. Porém, ele está cada vez mais ligado aos aspectos de preço, simplicidade e consumo responsável. Isto tem levado os canais de varejo a pressionarem a indústria por preços mais baixos e descontos que possam ser repassados ao consumidor. A mesma capacidade de se ajustar à nova economia será necessária para todos os elos da cadeia produtiva. Isto já vem acontecendo.

Os dados mostram que a participação do suco de laranja no mercado de bebidas, principalmente nos novos lançamentos de bebidas, vem caindo. Dentro dos sucos, a laranja também vem perdendo participação para outras frutas e misturas. São fatos que necessitam de ajustes e ações rápidas e integradas na cadeia produtiva, uma vez que o País é o principal fornecedor mundial de suco de laranja. Diante de todos os desafios já superados e a disposição de unir forças que vem sendo mostrada pelos diversos elos da cadeia produtiva, isto é perfeitamente possível. ■

* Professor titular de Estratégia da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo.

1. Empresa especializada em pesquisas e sondagens no mercado de bebidas e refrescos.