

Christian Lohbauer

Presidente da CitrusBR, Associação Nacional dos Exportadores de Sucos Cítricos

A nova agenda da indústria do suco

da Redação

APÓS UM período de afastamento, a indústria exportadora de sucos cítricos organizou uma nova representação setorial: a CitrusBR, Associação Nacional dos Exportadores de Sucos Cítricos. Criada em junho último, a entidade pretende defender os interesses coletivos de uma das mais importantes indústrias do agronegócio brasileiro.

Christian Lohbauer, presidente da CitrusBR, é ex-diretor executivo da Associação Brasileira dos Exportadores de Frangos (Abef). Nessa entrevista à **Agroanalysis**, Lohbauer conversou sobre os objetivos da CitrusBR e o quadro atual da citricultura mundial.

AGROANALYSIS O que levou a indústria a criar a CitrusBR?

CHRISTIAN LOHBAUER A indústria exportadora de cítricos já foi representada por diferentes instituições desde que começou a exportar há mais de quatro décadas. Cada uma das entidades cumpriu sua missão e teve papel importante no desenvolvimento da atividade. Nos últimos anos, a representação coletiva se enfraqueceu e a indústria decidiu criar uma entidade. Se compararmos o cenário atual com o de alguns anos atrás, veremos que muita coisa mudou: o mercado mundial, o processo produtivo, a sofisticação da produção, a redução das margens, o impacto do *greening*, os hábitos de consumo, enfim, os desafios que o setor precisa enfrentar. O setor necessitava de um tipo de representação coletiva com um perfil diferente, para enfrentar os desafios dessa nova conjuntura, e as empresas julgaram que é o momento de reiniciar o trabalho nesse sentido. A CitrusBR está sendo fundada pelos maiores



Edi Pereira

“Criou-se uma imagem de indústria arrogante, o que não corresponde à realidade. Queremos o desenvolvimento pleno da produção de frutas e de suco”

produtores e exportadores brasileiros de sucos cítricos e seus subprodutos: a Citrosuco, do Grupo Fischer; a Citrovida, do Grupo Votorantim; a Sucocítrico Cutrale;

e a Louis Dreyfus Commodities. Nossa intenção é trabalhar para o setor como um todo, no âmbito nacional. Estamos abertos à entrada de outros exportadores.

AGROANALYSIS Qual será a finalidade da nova associação? Em que assuntos pretendem atuar e de que forma?

LOHBAUER Nossa principal finalidade é defender os interesses coletivos dos exportadores de cítricos em escala nacional e internacional. Para isso, é necessário monitorar questões de comércio internacional, lutar pela eliminação de barreiras comerciais, tarifárias e não tarifárias, além de atuar na defesa de interesses institucionais. Vamos apoiar estudos técnicos para encontrar soluções e alternativas aos problemas do setor, interagir com outras entidades do agronegócio, promover o consumo de suco no Brasil e no exterior, e principalmente, promover a imagem do setor, divulgando informações com clareza e transparência. É necessário que a opinião pública brasileira e internacional conheça toda a riqueza gerada por esta indústria, o alto investimento necessário para construí-la, a alta tecnologia envolvida, o crescimento da exportação de seus subprodutos, o benefício social levado a centenas de milhares de pessoas em mais de 300 municípios, por meio da geração empregos, impostos e divisas para o Brasil ao longo dos últimos 40 anos. Infelizmente, criou-se uma imagem de indústria arrogante, que não corresponde à realidade. Queremos o desenvolvimento pleno da produção de frutas e de suco.

AGROANALYSIS Como está citricultura atual? Quais são os principais desafios?

LOHBAUER O mundo, o Brasil e a citricultura mudaram muito. Se compararmos o cenário atual com o de 20 anos atrás, veremos que hoje exportamos, além do suco de laranja concentrado e congelado, o chamado FCOJ, o suco não concentrado, o NFC. É o produto que mais tem crescido, mas cuja produção é mais cara e requer logística mais complexa. O processo produtivo mudou bastante também: as margens estão baixas, e os custos de produção aumentaram. Nos principais mercados consumidores – Estados Unidos e Europa – responsáveis por mais de 80% das exportações do Brasil, houve redução significativa no consumo, devido

à competição com outras bebidas como refrigerantes, isotônicos e sucos de outras frutas. Além disso, há novas doenças nos pomares, caso do *greening*, por exemplo, que exigem dos produtores mais gastos com prevenção e controle. O desafio é absorver todos esses custos sem aumentar o preço do produto final, mantendo a rentabilidade. É preciso encontrar opções e soluções para os problemas existentes, reduzindo custos e maximizando a geração de valor para todos.

AGROANALYSIS Uma queixa constante dos produtores é que os grandes processadores de suco seriam responsáveis por formação de preços no mercado. O que a nova associação tem a dizer sobre o assunto?

LOHBAUER Não existe acordo de preços. O que existe é um mercado cujos preços variam em função da oferta e da demanda. Na verdade, quem faz o preço da laranja é o consumidor europeu, norte-americano, japonês ou chinês. O custo de produção pouco interessa se o consumidor não pagar. O suco de laranja é uma *commodity*, com cotações de preço marcadas diariamente na Bolsa de Valores de Nova York, bem como negócios sendo realizados a todo tempo nos mercados da Ásia, Europa, Austrália e do Oriente Médio. O preço varia de acordo com uma combinação de vários fatores: instabilidades climáticas como, por exemplo, furacões e geadas na Flórida, ou variações climáticas no Brasil, qualidade da safra no Brasil, estoques no Brasil e no exterior, efeitos dos ataques de doenças em São Paulo e na Flórida, taxas de câmbio, mudança nos hábitos de consumo nos principais mercados importadores, enfim, na perspectiva que os agentes atuantes no mercado têm do balanço de oferta e demanda ao longo do tempo. Até hoje nenhuma acusação contra os exportadores de sucos cítricos foi comprovada. De qualquer forma, a CitrusBR acredita na Justiça e nas instituições brasileiras. A Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Ministério da Justiça e o Conselho de Administrativo de Defesa Econômica são instituições sólidas, que

estão se aperfeiçoando e estão bem preparadas para lidar com o assunto.

AGROANALYSIS Existe uma impressão de que o setor tem enormes dificuldades de relacionamento entre seus atores. Isso faz sentido? Você vê uma perspectiva positiva com a fundação da CitrusBR?

LOHBAUER Há alguns mitos que criaram raízes e se tornaram estigmas da indústria exportadora de sucos cítricos. Além do mito da formação de preços, do qual já falei, há o mito que o relacionamento entre processadores e produtores é ruim, ou ainda que a indústria quer acabar com o produtor e verticalizar a produção. Isto não faz nenhum sentido. É um mito que só interessa a quem o cria. O interesse da indústria, assim como o do produtor, é ter liberdade para trabalhar. Isto garante às indústrias mobilidade em relação aos movimentos do mercado. O mesmo vale para o produtor, que tem que ser livre para produzir o que quiser na sua propriedade e, se quiser vender laranjas na safra, livre de contratos, pode e deve fazê-lo. O risco é a essência do capitalismo e o produtor deve ter todo o direito de arriscar. Se quiser fazer um contrato de fornecimento de fruta, também pode fazê-lo da maneira que achar conveniente, com a indústria que lhe oferecer melhores condições. Atualmente mais de 50% dos produtores têm contratos de longo prazo com a indústria e o negócio funciona muito bem. Note que para a indústria (e para a saúde de todo o mercado) o importante é que os contratos sejam cumpridos porque trabalham em um ambiente muito competitivo e absorvem grande parte dos riscos da cadeia produtiva. Um outro estigma é o de que a indústria estrangula o produtor. Na verdade quem está estrangulando o produtor ineficiente é o produtor eficiente. E isto acontece em todos os setores da economia e do agronegócio, não só na citricultura. O citricultor que investiu em irrigação, mudas mais resistentes, adensamento, tecnologias de plantio, combate sério ao *greening* aumento de sua escala em gestão de seu negócio acaba sendo premiado pelo mercado. Entendemos

que o produtor de fruta teve que passar por um processo duríssimo de adaptação e investimento nos últimos anos. Aqueles que se modernizaram estão preparados para a conjuntura atual e continuarão no mercado. Aqueles que gastaram suas energias acusando fatores externos pelo fracasso de seus negócios enfrentarão dificuldades. A citricultura é uma atividade muito cara e exige muito investimento e trabalho profissional.

AGROANALYSIS A consolidação da indústria é prejudicial ao mercado?

doras. Pretendemos disponibilizar o máximo de informações do setor, com dados confiáveis e transparentes, utilizando fontes reconhecidas pelo setor citrícola. À medida que aumenta a transparência, a possibilidade de existirem informações contraditórias sobre o setor diminui, e assim diminui também qualquer desentendimento.

AGROANALYSIS Em termos de comércio internacional, quais são as pautas do momento?

LOHBAUER Desde 2005 a indústria expor-

AGROANALYSIS Quais são as perspectivas para o mercado nos próximos anos, tanto no Brasil quanto no mundo?

LOHBAUER No curto prazo as perspectivas do setor exportador de suco são preocupantes, pois o cenário não é bom. Há uma redução de consumo dos principais mercados mundiais ao mesmo tempo em que a produção se recuperou. Isso fez com que os estoques se acumulassem, pressionando os preços do suco para baixo. A relação entre estoques e demanda, de acordo com os dados da Florida Department of Citrus (FDOC) é uma das maiores de todos os tempos, o que significa que há suco demais disponível. A indústria vai enfrentar um ano difícil, mas não deixará de honrar seus contratos. Isto deve ser percebido pela opinião pública. De outro lado, no médio e longo prazos as perspectivas são boas. O negócio da produção de laranja e de sucos cítricos é uma vocação brasileira construída ao longo de mais de quarenta anos de pesados investimentos, competência técnica e muito trabalho. A indústria de suco de laranja é um patrimônio brasileiro e motivo de orgulho da sociedade brasileira.

AGROANALYSIS O que pode ser feito para reduzir os impactos da atual conjuntura de mercado em produtores mais vulneráveis?

LOHBAUER A CitrusBR tem uma agenda positiva. Pelo menos dois aspectos fazem parte de nossa agenda e tem relação direta com a atual conjuntura. Queremos desenvolver um programa de aumento de consumo do produto no Brasil e no exterior. O suco de laranja é um produto muito bom para a saúde e não se justifica perder mercado para bebidas menos saudáveis. Estamos também interessados em encontrar alguma solução que auxilie o produtor mais vulnerável na manutenção de seu patrimônio. Um projeto de subvenção ao citricultor com auxílio do governo ou um programa regulador de mercado por meio do consumo de suco no mercado nacional, com auxílio do Estado e em comum acordo com todas as partes, podem ser ideias interessantes. ■

“O risco é a essência do capitalismo e o produtor deve ter todo o direito de arriscar.”

LOHBAUER A razão para a consolidação da indústria e a consequente existência de poucas empresas processadoras de cítricos é simples: o Brasil exporta 98% do suco que produz. Os clientes do suco estão a pelo menos 10 mil quilômetros de distância da produção. É necessário um capital de giro altíssimo, alta tecnologia que foi adquirida ao longo de muitos anos no mercado e poucos grupos empresariais podem hoje enfrentar tal risco. Os custos de produção são conhecidos, o que não se conhece é o custo comercial. E aí reside grande parte do ruído entre um pequeno grupo de produtores e a indústria. O custo comercial é de domínio de cada empresa e não faz sentido que seja público pois faz parte do *business plan* de cada uma. É importante lembrar que essas indústrias, embora estejam fundando uma associação de representação coletiva, convivem em um ambiente de concorrência, disputando mercados, tanto produção de frutas como na venda de suco.

A perspectiva com a criação da CitrusBR é positiva, pois queremos agir de forma a promover o setor como um todo, o que vai beneficiar não só as empresas funda-

tadora de suco de laranja do Brasil recebe acusações de *dumping* de produtores dos EUA. Acusações desta natureza devem ser defendidas pelas autoridades de defesa comercial do Ministério do Desenvolvimento e Comércio Exterior do Brasil com auxílio e no interesse das empresas exportadoras. Os Estados Unidos utilizam a prática de acusação de *dumping* como protecionismo de seu mercado e de suas empresas há muitos anos. O caso do aço brasileiro antes da aquisição de plantas nos Estados Unidos é notório. Nosso entendimento é que o aumento dos estoques de suco nos EUA faz com que os produtores de fruta norte-americanos trabalhem no Congresso para conter a entrada de suco brasileiro. E é fato que o mecanismo de cálculo utilizado pelas autoridades norte americanas, o *zeroing*, está ultrapassado. A questão foi levada à OMC. Em outra frente, pretendemos trabalhar por meio das instâncias oficiais para combater medidas não tarifárias que afetam os mercados dos Estados Unidos, da União Europeia, China e Coreia, encarecendo substancialmente o preço do suco brasileiro.