

Laranja

Conjuntura favorável

Marcos Fava Neves*
 Marcos Sawaya Jank**
 Frederico Fonseca Lopes***

NO ÂMBITO mundial, no que se refere ao suco de laranja, o Brasil detém quase 60% da produção e mais de 80% de participação no mercado. O País exporta US\$ 1,2 bilhão em suco de laranja, cujo consumo cresce a uma taxa de 2% a 4% ao ano. Problemas climáticos na Flórida e doenças aumentaram os preços em mais de 50% em 2005.

O setor tem hoje a oportunidade de desenvolver novas posturas estratégicas. O momento é positivo, em termos do cenário favorável de preços no futuro próximo. Uma possibilidade de melhorar a coordenação da cadeia produtiva e recuperar a perda de imagem aos olhos do governo, da sociedade e do mercado consumidor.

As exportações brasileiras de suco de laranja não cresceram na mesma velocidade das exportações nos últimos 10 anos, por ser um mercado mais maduro. O Suco de Laranja Congelado e Concentrado (SLCC) perde participação percentual, mas representa em média 5%.

Entre 2001 e 2005, a taxa de crescimento médio anual da indústria de polpas e sucos de frutas foi de 27,7%, aproximadamente 13 vezes maior que o do PIB e da indústria geral.

Enquanto em 2001 a indústria geral sofreu uma retração de 0,3% em relação ao período anterior e o PIB teve um crescimento de 1,4%, a indústria de sucos cresceu 46,8%. Em todo o período, o setor de polpas e sucos de frutas apresentou taxas de crescimento superiores às outras.

O mercado PPB (prontos para beber) ainda apresenta baixa penetração domiciliar. SPPB, água de coco e BBS possuem um mercado de cerca de, respectivamente, 370, 38 e 160 milhões de litros/ano, e penetração domiciliar de 40%, 5% e 13%. O sabor corresponde a 50% na decisão de compra do consumidor. A preferência por sucos e néctares recai, pela ordem, nos sabores de uva, pêssego, laranja, manga, maracujá, goiaba, maçã, caju e outros.

O mercado de JNSD¹ (*juice, néctar and still drinks*) tem crescido globalmente puxado pelos países emergentes, cujo consumo passou de 30 para 50 bilhões de litros/ano, no mesmo período, enquanto os mercados desenvolvidos registraram aumento no consumo de 66 para 74 bilhões de litros/ano. Em 1999, o volume consumido foi de 96 bilhões de litros, enquanto que no ano de 2005 foi de 124 bilhões de litros.

O volume consumido de produtos que necessitam de distribuição refrigerada, de 1999 a 2005, permaneceu o mesmo nos mercados desenvolvidos e emergentes (11 bilhões de litros/ano e 1 bilhão de litros/ano, respectivamente). Já os produtos distribuídos em temperatura ambiente tiveram um crescimento de 8 bilhões de litros no consumo anual nos mercados desenvolvidos (o volume passou de 40 para 48 bilhões de litros/ano). Nos mercados emergentes, a ampliação foi de 16 bilhões de litros no consumo anual (saltou de 14 para 30 bilhões de litros/ano).

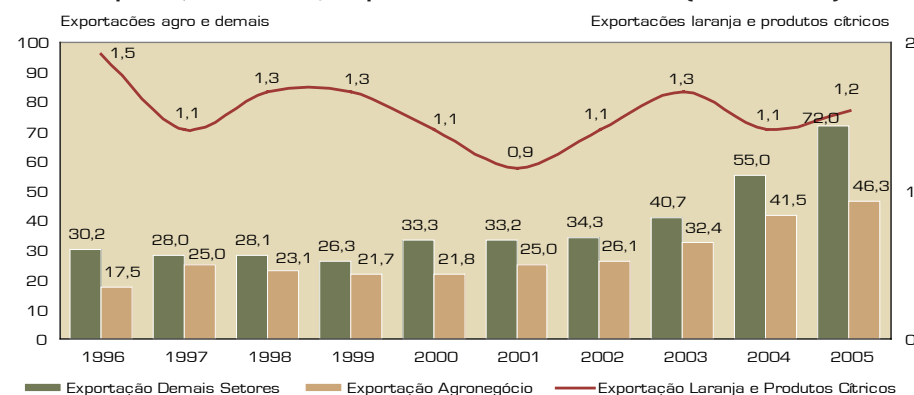
O mercado Global de *Softdrinks* é da ordem de 558 bilhões de litros/ano (em 2005), sendo que a divisão por regiões é a seguinte: América do Norte (26%), Europa Ocidental (21%), Ásia (19%), América Latina e Central (18%), Europa Oriental (8%), outros (8%). A América Latina e a América Central têm apenas 9% da população mundial, mas são responsáveis por 18% do consumo global. ■

Crescimento setorial (%)

Ano	PIB	Indústria geral	Indústria de sucos deflacionado *
2001	1,4	-0,3	46,8
2002	1,5	1,5	36,9
2003	0,5	0,1	25,6
2004	5,2	6,2	14,1
2005	2,3	3	15,3
Acumulado	11,3	10,8	139,1
Médio composto	2,2	2,1	27,7

* pelo índice IPC Fipe Alimentos
 Fonte: IBGE, Banco Central, Abia, Ibrat

Brasil: exportação de laranja e produtos cítricos em 2005 (US\$ bilhões)



Fonte: Secex/MDIC

Tendências

O Brasil está em plena recuperação da produção e apto a manter o domínio da produção mundial de laranja processada. As oportunidades no mercado internacional derivam da evolução da demanda mundial por sucos de frutas, néctares e drinques de frutas. A América do Norte, maior consumidora de sucos de frutas, manteve sua demanda praticamente estável, sendo que os maiores crescimentos de consumo deverão ser verificados na região da Ásia e Pacífico, em torno 82%, de 1997 à 2007, e Europa Oriental, África e Oriente Médio, que devem ter uma ampliação de aproximadamente 67% no mesmo período.

Com relação à demanda de néctares e bebidas de frutas, há grandes oportunidades de exportação para África, Oriente Médio e Europa Oriental, que deverá fechar o ano de 2007 com o dobro do consumo de 1997. A região da Ásia e Pacífico, neste mesmo período, deve apresentar um aumento em torno de 91%, demonstrando o bom potencial desse mercado.

Um fator importante é a recente redução dos custos dos insumos, decorrente da valorização da taxa de câmbio, das novas políticas comerciais das empresas e da perspectiva de importação de defensivos genéricos.

Quanto à produção, registram-se as seguintes mudanças: forte concentração da produção, redução da área plantada, queda na produção e aumento substancial da capacidade ociosa no setor de mudas.

Percebem-se também a migração da produção para o Centro-Sul do Estado de São Paulo, a maior incidência de pragas e doenças preocupantes (a laranja tem sido atingida por velhas e novas enfermidades, sendo as principais o cancro cítrico, a CVC – amarelinho, a morte súbita dos citruses e o greening), o crescimento da produção irrigada e a forte competição com a cana-de-açúcar e o eucalipto.

O módulo econômico da citricultura mudou devido a fatores macro-ambientais, como alterações na política econômica, tributária, custos da atividade, desenvolvimento de novas tecnologias principalmente no manejo da cultura,

Panorama do suco de laranja

Brasil: destino das exportações (Secex/Mdic)

Apesar das barreiras tarifárias impostas pelos EUA ao Brasil serem bem maiores que as de outros países fornecedores, tais como México, Belize, Costa Rica e Honduras, os EUA importam do Brasil cerca de 65% do total de suas compras externas.

Estados Unidos: produção de laranja

Em 2004, a produção americana de laranja foi a menor dos últimos 14 anos (8.358 Mil Ton). Em relação a 2003, houve uma redução de 29%. Em 2005, a produção continuou praticamente igual à de 2004, com 8.394 Mil Ton.

Mundo: consumo

O crescimento do consumo mundial de laranja no período de 1988 a 1998 foi de 3,5%. Enquanto o consumo de laranja in natura foi de 2,9% no período, o consumo de laranja na forma de suco registrou crescimento de 4,2%.

O consumo de laranja in natura per capita declinou de 13 kg para 9,7 kg/ano.

América do Norte e a Europa consomem mais de 88% de todo o suco de laranja consumido no mundo

Principais países produtores (USDA)

O consumo in natura está declinando em países desenvolvidos enquanto nos países em desenvolvimento, tais como México, Índia, Argentina e Brasil, está aumentando.

As duas principais razões dessa queda no consumo em países desenvolvidos são:

O NFC (Not from Concentrate – suco pasteurizado) tem sabor semelhante ao suco espremido no local de consumo, além de ser mais conveniente.

A tecnologia de transporte e armazenamento de outras frutas frescas (banana, morango e uva) tornou-as mais competitivas

Sucos prontos para beber – SPPB (LPanel, Datamark, Nielsen, Tetra Pak, 2005)

Os principais segmentos de produtos prontos para beber (PPB) incluem sucos, bebidas à base de soja, e água de coco. De 1999 a 2005, o consumo desses produtos no Brasil teve um crescimento de 2 dígitos. O maior crescimento foi observado no consumo de bebidas à base de soja com 39%, seguido dos sucos, néctares, refrescos, e água de coco, com 19%, enquanto, refrescos em pó e refrigerantes cresceram 2%. Apesar do grande crescimento, o consumo per capita de bebidas prontas ainda é pequeno. Como mostra o gráfico, o consumo per capita brasileiro de suco concentrado é de 4 litros; o consumo per capita de sucos, néctares e refrescos prontos é de 2 litros e das bebidas à base de soja é de apenas 1 litro.

preço das terras e custo de oportunidade de atividades concorrentes (principalmente cana-de-açúcar e eucalipto).

Como a citricultura não é homogênea, é necessário estudar melhor os segmentos hoje existentes na produção, quanto a produção oriunda de:

1. Propriedades das próprias indústrias (algo entre 25 a 35% do total produzido);
2. Grandes produtores tecnificados, em condições melhores de negociação

devido a escala de produção, tecnologia, proximidade geográfica e outros fatores.

3. De produtores menores, mas agrupados em *pools* de compra e venda, que também conseguem boas condições de negociação.
4. Produtores isolados, com tecnologia e novas formas de gestão, em regiões favoráveis à citricultura, com custos menores e fôlego na negociação com a indústria.

Estado de São Paulo: número de produtores vs. total de árvores na citricultura

	2001		2006	
	% produtores	% árvores	% produtores	% árvores
> 400 mil árvores	0,2	13,3	0,4	25,5
200 a 399 mil árvores	0,3	10,1	0,5	6,0
100 a 199 mil árvores	1,1	12,7	1,3	11,7
50 a 99 mil árvores	2,6	14,9	2,8	13,9
30 a 49 mil árvores	3,5	11,3	3,5	9,3
10 a 29 mil árvores	14,9	20,0	15,2	17,6
< 10 mil árvores	77,5	17,9	76,3	16,1
	100	100	100	100

Fonte: estimativa feita a partir de entrevistas. Compreende apenas o cinturão citrícola do Estado de São Paulo e exclui a produção própria das indústrias. Entrevistas PENSE e ICONÉ.

Flórida: produção e estimativas de produção de laranja e suco na Flórida

Temporada	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09
milhões de caixas	203	242	150	148	135	175	155
Suco milhões de toneladas	856	1035	649	658	697	766	671

Fonte: indústrias do setor

São Paulo: produção e estimativas de produção de laranja e suco

Temporada	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08*	08-09*
Milhões de caixas	366	280	369	298	345	320	352
Suco milhões de toneladas	1432	1072	1359	1176	1322	1207	1292

* Estimativa.

Fonte: indústrias do setor

5. Produtores em regiões onde os fatores macro-ambientais afetaram de maneira mais contundente, composta de pomares mais antigos, com espaçamento maior e menor produtividade por hectare.

A citricultura precisa de mais avanços tecnológicos, principalmente na área do melhoramento genético. As produtividades por árvore são muito semelhantes, com problemas graves há mais de uma década.

As produtividades e custos de produção devem ser feitos por hectare, e não mais por árvore. O custo da terra aumentou no Estado de São Paulo e a intensificação do seu uso é fundamental para manter alto retorno sobre patrimônio.

As tendências para a indústria são as seguintes: concentração industrial, eficiência logística, eficácia no processo produtivo, capacidade ociosa de *packing-houses* e da indústria de SLCC. Além disso, registram-se outros movimentos no futuro, como esforço no desenvolvimento de novos

mercados, esforço no desenvolvimento do composto de marketing, internacionalização, impactos negativos de proteções tarifárias, desenvolvimento de novas áreas de fornecimento com áreas próprias ou relações melhores com produtores, aumento da produção e exportação de NFC (*Not From Concentrate*). A concentração é um dos pontos mais polêmicos na citricultura, sendo inclusive objeto de investigação do Cade neste momento.

As tendências na área de distribuição apontam o crescimento dos canais de distribuição por parte do pequeno varejo (casas de suco, bares, restaurantes, entre outros). Também se espera maior utilização de extratoras modernas para extração de suco fresco. Outra tendência é a distribuição do SLCC por meio de parcerias internacionais com a indústria de bebidas e a concentração das grandes redes varejistas.

Grande parte da laranja será consumida como suco caseiro nos mercados em

desenvolvimento. Fatores que influenciarão no consumo: problemas com o aspecto calórico do suco, crescimento mais rápido de outros sucos, interferência da renda e do clima no consumo de sucos e aumento na demanda por NFC no mundo.

O mercado interno brasileiro ainda é pouco desenvolvido, mas, com a maior preocupação com a saúde, tenderá a se ampliar. O consumidor irá cada vez mais procurar praticidade. A plataforma de crescimento futuro se baseia em produtos relacionados à saúde, convenientes e que tragam novas experiências ao consumidor.

As tendências apontam para abertura de novos mercados, crescimento do mercado de produtos orgânicos e de produtos com apelo sócio-ambiental e geográfico. No entanto a experiência com a produção orgânica de citros no Brasil não tem apresentado casos de sucesso, em função da baixa produtividade que eleva o custo por caixa em patamares não competitivos, ou passíveis de ser coberto face ao preço pago pela fruta.

Nos países em desenvolvimento, o consumo de suco pronto para beber deverá continuar aumentando, e o mercado interno de sucos de laranja *in natura* também deverá crescer.

Apesar da tendência de aumento de consumo de fruta *in natura* nos países em desenvolvimento, a redução da produção mundial de fruta destinado à mesa resultará em menor consumo mundial de fruta *in natura*. Nos países desenvolvidos existe uma tendência de substituição do consumo de fruta *in natura* para suco de laranja pronto para beber, principalmente o NFC. Há uma tendência de manutenção das barreiras nos EUA, União Européia e Japão, e lançamento de produtos populares, substituindo carbonatados, na parcela de menor renda. ■

* Professor da FEA-RP/USP – de Ribeirão Preto. Coordenador do Pensa.

** Professor da FEA/USP e Presidente do Icone

*** Mestre em Administração pela Fearn/USP.

Pesquisador do Pensa

1 JNSD – Juice, Nectar and Still Drinks.