Busca incessante

De olho no mercado global, empresas citrícolas brasileiras adquiriram seis plantas industriais nos EUA nos anos 90

ANTONIO AMBRÓSIO AMARO

Se existe demanda de laranja fresca ou de suco de laranja e seus derivados (óleos, essências etc.) e subprodutos (*pellets* de polpa cítrica), cabe ao setor todo criar condições para explorá-la convenientemente, seja aproveitando as vantagens comparativas naturais que o país possui, seja estruturando e organizando os elos da cadeia produtiva, incluindo os governos nacionais.

Em busca desses objetivos, embora não se tratasse de medidas específicas para o setor citrícola, foram exemplos recentes da participação do governo: a Lei Kandir que isentou do ICMS (imposto sobre circulação de mercadorias e serviços) as exportações de produtos primários e semiindustrializados dentre os quais o suco de laranja concentrado até então gravado por 8,45% sobre o valor FOB-Santos; a modernização da estrutura portuária, que permitiu redução dos custos operacionais, seja pela privatização de alguns "berços para navios" para transporte de suco, seja pela diminuição da TUP (tarifa de utilização portuária) no porto de Santos, cobrada de toda embarcação que adentra o canal para atracar, e que, no caso do suco de laranja, em 1996 era de US$6,86/t e foi rebaixada para US$3,47/t em 1998.

É obvio que essas vantagens só puderam ser conquistadas graças aos esforços de persuasão das entidades representativas de industriais e exportadores, procurando demonstrar as vantagens de tais procedimentos para a economia brasileira.

Antônio Ambrósio Amaro *é pesquisador científico do Instituto de Economia Agrícola da Secretaria de Agricultura de São Paulo.*

Brasil: exportação de suco concentrado congelado de laranja

Em %

Período	*USA*	*Canadá*	*Europa*	*Japão*	*Outros*
1980/89	47,00	5,00	38,00	-	10,00
1989/90	40,00	5,90	45,90	3,60	4,60
1990/91	32,10	6,40	50,80	5,40	5,30
1991/92	33,20	2,40	52,20	4,80	7,40
1992/93	28,60	2,50	58,10	5,00	5,80
1993/94	34,00	0,60	52,00	6,10	6,90
1994/95	20,90	0,20	61,60	9,20	8,10
1995/96	18,10	0,30	69,40	6,20	6,00
1996/97	17,00	-	69,30	6,60	7,10
1997/98	16,70	-	71,20	6,00	6,10

Brasil: exportações de frutas cítricas, 1990 a 1998

Ano	*Quantidade (t)*	*Valor (1.000US$)*	*Preço médio (US$/t)*
1990	84.414	20.488	243
1991	120.989	25.428	210
1992	93.197	21.123	227
1993	99.966	23.752	238
1994	150.674	30.620	203
1995	123.000	32.893	267
1996	107.985	24.258	225
1997	102.499	28.686	280
1998*	70.922	16.882	238

Fonte: Secex.

*Não inclui limão e limas ácidas. Provisório, sujeito a alterações.

Mudança de destino

Outra ação a registrar na busca incessante de novos mercados ou na ampliação dos já existentes para o suco concentrado brasileiro foi a mudança no destino das exportações, em decorrência da diminuição das compras pelos Estados Unidos, cuja produção de suco na Flórida se recuperou durante a década de 90. Enquanto na safra 1989/90 46% dos embarques eram dirigidos para os mercados americano e canadense, em 1997/98 esse percentual não passou de 17%. Em contrapartida nos mercados da Europa evoluiu de 46% para 71%.

Essas mudanças causaram alterações profundas na reestruturação agroindustrial; ampliou-se a capacidade produtiva de algumas empresas, que aumentaram suas fábricas ou adquiriram outras menores, que se viram obrigadas a sair do mercado. Ao mesmo tempo as operações foram se automatizando, enquanto na compra e colheita de matéria-prima se verificavam as mais significativas mudanças desde a implantação da indústria de suco no início da década de 60, uma vez que passou a vigorar o sistema de fruta posta-fábrica obrigando os produtores a se encarregarem da colheita e do transporte.

Essas alterações permitiram às empresas industriais reduzirem o número de empregados nas fábricas e nas áreas de suprimento de laranja, com sensível diminuição dos custos, em grande parte por conta de menor incidência de gastos com direitos trabalhistas na mão-de-obra que deveria ser contratada.

Em contrapartida, os produtores localizados a maiores distâncias das fábricas e/ou com pomares menos produtivos estarão em condições menos favoráveis que aqueles que se encontram próximos, e a tendência é melhorar o gerenciamento das proprie-

Estado de São Paulo: capacidade instalada de empresas processadoras de sucos

Empresa	*Localidade*	*Instalação*	*Número de extratoras*			
			1990	*1994*	*1997*	*1998*
Sucocitrico Cutrale	Araraquara	1964	84	86	86	86
	Colina	1979	96	98	98	98
Citrovale (Cutrale)	Olímpia	1980	24	25	25	0
Citro Mogiana (Cutrale)	Conchal	1980	16	17	17	0
Branco Peres (Cutrale)	Itápolis	1980	20	21	23	25
Citrosuco Paulista	Matão	1964	192	196	180	156
	Limeira	1967	76	77	77	28
Cargill	Bebedouro	1965	80	82	82	82
	Uchoa	1985	40	40	41	41
Frutesp *	Bebedouro	1962	86	86	86	86
Frutropic	Matão	1978	32	71	71	51
Central Citrus **	Matão	1979	16	17	0	0
Cia. Antarctica Paulista	São Paulo	1978	4	4	4	4
Sicola	Sorocaba	1929	1	1	1	1
Citropectina	Limeira	1954	28	29	30	30
Bascitrus	Mirassol	1984	10	31	45	30
Royal Citrus	Taquaritinga	1990	12	15	15	0
Citrovita	Catanduva	1991	-	31	60	60
Cambuhycitrus	Matão	1992	-	29	56	56
Frutax	Monte Azul Paulista	1994	-	11	11	0
Sucorrico	Araras	1996	-	-	30	30
Total			817	967	1038	864

Fonte: Instituto de Economia Agrícola.

* Em 1993 passa para a Frutropic (Grupo Dreyfuss). ** Paralisada.

A Lei Kandir, que isentou do ICMS, e a modernização da estrutura portuária, que permitiu redução dos custos operacionais, foram exemplos recentes da participação do governo na busca de competitividade pelos produtos brasileiros.

Quantidades anuais de laranja comercializadas no entreposto terminal do Jaguaré

Mil caixas 27kg

Variedade	*1993*		*1994*		*1995*		*1996*		*1997*		*1998*	
	cx.	*%*	*cx.*	*%*	*cx.*	*%*	*cx.*	*%*	*cx.*	*%*	*cx.*	*%*
Pêra	12.501	78	11.844	79	13.535	83	13.399	83	10.760	82	10.671	81
Lima	2.033	13	1.626	11	1.843	11	1.981	12	1.564	12	1.556	12
Baianinha	632	4	542	4	531	3	473	3	455	3	511	4
Valência	568	4	709	5	383	2	217	2	258	2	308	2
Seleta	255	1	187	1	91	1	59	–	106	1	83	1
Total	15.989	–	14.908	–	16.383	–	16.129	–	13.143	–	13.129	–

Fonte: Ceagesp – SP.

dades e selecionar custos de colheita e transporte.

Buscando o mercado

Ainda na busca de novos e crescentes mercados e para consolidar sua posição no cenário internacional, as grandes empresas brasileiras de suco de laranja adquiriram na Flórida (EUA) seis fábricas, na década de 90, o que deverá lhes proporcionar de um lado condições para manterem bem abastecido o mercado internacional e por outro explorar o consumo americano de suco pronto para beber (*ready to serve*). Mas não se pode descartar por completo um eventual retrocesso na produção cítricola brasileira devido a problemas fitossanitários, especialmente o cancro cítrico e a CVC (clorose variegada dos citros).

As exportações de frutas cítricas pelo Brasil, nos primeiros oito anos da década de 90, embarcaram por ano uma média de 110 mil toneladas, das quais a laranja participa com 85%, seguida pelas tangerinas e limas ácidas. Em termos de valores, as exportações nesse período ficaram por volta de US$26 milhões FOB, com preço médio de US$234,78/tonelada (mínimo de US$203/t e máximo de US$280/t).



A COMERCIALIZAÇÃO no mercado brasileiro tem passado por alterações pela distribuição mais eficiente de suco e de fruta fresca, em função das preferências dos consumidores, variações de renda familiar e crescimento populacional nos grandes centros de consumo.

Os países da União Européia representam o maior mercado importador de laranja brasileira, com acesso pelo porto da Holanda, seguidos pelos países do Oriente Médio, destacando-se os Emirados Árabes e a Arábia Saudita.

Nesse segmento, falta uma política mais agressiva de vendas e uma estrutura mais moderna de beneficiamento e de embarque nos portos nacionais, limitando seu crescimento, agravado até mesmo por eventual indisponibilidade de frutas com as qualidades e aparência exigidas pelos compradores internacionais. Mais recentemente, as possibilidades de vendas diretas para grandes redes de supermercados na Europa têm entusiasmado os exportadores a investirem mais na imagem das frutas brasileiras, dentre as quais as cítricas também poderão ajudar a consolidar a marca Brasil. Ainda perduram porém na Europa as barreiras tarifárias de 20% *advalorem* de outubro a abril (contra 4% nos demais meses).

Gosto do freguês

A comercialização no mercado brasileiro tem passado por alterações pela distribuição mais eficiente de suco e de fruta fresca, em função das preferências dos consumidores, variações de renda familiar e crescimento populacional nos grandes centros de consumo.

De um lado observa-se relativa redução do suco concentrado congelado, que exige distribuição especial e diluição para ser preparado em casa; por outro lado, aumenta a participação do suco pronto para beber (fresco, pasteurizado e reconstituído), aproveitando em grande parte a estrutura das empresas de laticínios, como ocorreu no mundo inteiro.

Outro segmento que tem mostrado estagnação, após rápido crescimento no número de máquinas instaladas, é o de suco preparado à vista dos consumidores, em pontos de larga afluência de público. Essa situação pode ser atribuida à elevação dos preços da laranja em 1998, devido à diminuição da colheita provocada pelo clima (El Niño) e a problemas higiênico-sanitários, que levaram mesmo ao fechamento de pequenas e microempresas em algumas cidades do interior e do litoral paulista.

No comércio de fruta fresca no mercado interno brasileiro não se dispõe de dados estatísticos oficiais, a não ser os volumes mensais comercializados nos entrepostos atacadistas da Ceagesp e de algumas centrais de abastecimento nas principais capitais dos estados. Assim, fica mais difícil analisar os volumes comercializados em outros mercados atacadistas e em armazéns particulares localizados em suas adjacências; as quantidades de frutas enviadas diretamente dos barracões de embalagem (*packing-houses*) do interior para as grandes redes de supermercados e os volumes comercializados nas maiores cidades do interior. Quantidades de laranja são enviadas diretamente do interior de São Paulo para outros estados, às vezes diretamente dos pomares.

Entretanto, os dados da Ceagesp (São Paulo) permitem avaliar as variações mensais e anuais, bons indicadores de tendências do comércio na região Centro-Sul, tanto para quantidades comercializadas, como para preços no atacado. No período 1990-98, o mercado atacadista, no Entreposto Terminal do Jaguaré, ficou estatisticamente estabilizado e nos últimos anos girou, com pequenas variações, ao redor de 1,2 milhão de caixas mês.

Em termos anuais a tendência tem sido de redução da expressão dos entrepostos terminais atacadistas, em especial da Ceagesp, devido ao aumento das compras diretas pelas grandes redes de supermercados, que preferem negociar diretamente com os citricultores. Esse processo tem permitido a adoção de *pallets* para transporte e recepção da fruta nas docas dos supermercados, com evidente redução de custos operacionais e ganhos de competitividade.

Distribuição por variedades

A distribuição por variedades revela que pêra, natal e valência, destinadas mais ao consumo na forma de suco natural, têm maior concentração de vendas durante os meses mais quentes (outubro a janeiro), enquanto no inverno cresce o consumo de laranja baianinha mais indicada para chupar ou comer. O maior consumo de laranja lima (variedade sem nenhuma acidez) se verifica de abril a outubro, acompanhando o comportamento sazonal da produção, embora esteja disponível durante o ano todo. A *hamlin*, por ser muito ácida e de cor mais clara, não tem aceitação pelo consumidor brasileiro.

O suprimento do limão, quase exclusivamente da variedade *tahiti*, ao mercado é nitidamente concentrado no período de janeiro a maio, com um segundo pique em agosto. Esse panorama só poderá ser alterado com a adoção de tecnologias agrícolas, entre as quais controle de floração e uso de irrigação, que deverão permitir ao produtor auferir preços mais elevados.

Nas tangerinas, deve-se diferenciar em princípio a *murcote*, cuja oferta é mais tardia ocorrendo em maior volume de julho a outubro. De outra parte, as tangerinas cravo e *ponkan* têm um perfil de oferta concentrado de abril a julho.

No Brasil há boa disponibilidade de frutas cítricas frescas durante o ano todo, em grande parte pelo enorme volume de produção espalhado por todas as regiões do país e há sempre frutas em condições de maturação para serem comercializadas.