PESQUISA DE OPINIÃO

Meio desligados

Pesquisa revela que alguns executivos do SLCC parecem distantes da nova realidade do setor citrícola brasileiro

IRENE RAGUENET TROCCOLI

O setor citrícola brasileiro está passando por um momento decisivo. Vários acontecimentos vêm cobrando uma mudança de postura dessa indústria, moldada em um ambiente isento de concorrência. O imediatismo dos agentes produtivos ofuscava qualquer preocupação com a melhora do rendimento nas diversas fases do processo de produção.

Não surpreende que as doenças que atualmente grassam nos pomares paulistas tenham encontrado um caminho fácil de disseminação. O Fundecitrus informa em sua *home page* que a clorose variegada de citrus já atingia 37% dos pomares paulistas em 1997, enquanto os focos de cancro cítrico na região nobre da citricultura em São Paulo pularam, entre 1992 e 1998, de nove para 457, e o número de plantas contaminadas, de 934 para 91.602.

O aumento gradual da competição do suco norte-americano apenas agrava as dificuldades da citricultura brasileira. A meta dos EUA é contrapor seu custo de produção, comparativamente maior do que o brasileiro, à vantagem de que dispõem em termos de maior rendimento de frutas por árvore. Por isso o governo local vem dando grande ênfase ao combate do cancro cítrico, doença já detectada em pomares floridianos. Cerca de US$25 milhões já foram liberados pelas autoridades norte-americanas para a erradicação dos pomares infectados, controle de trânsito e vigilância das divisas do estado da Flórida.

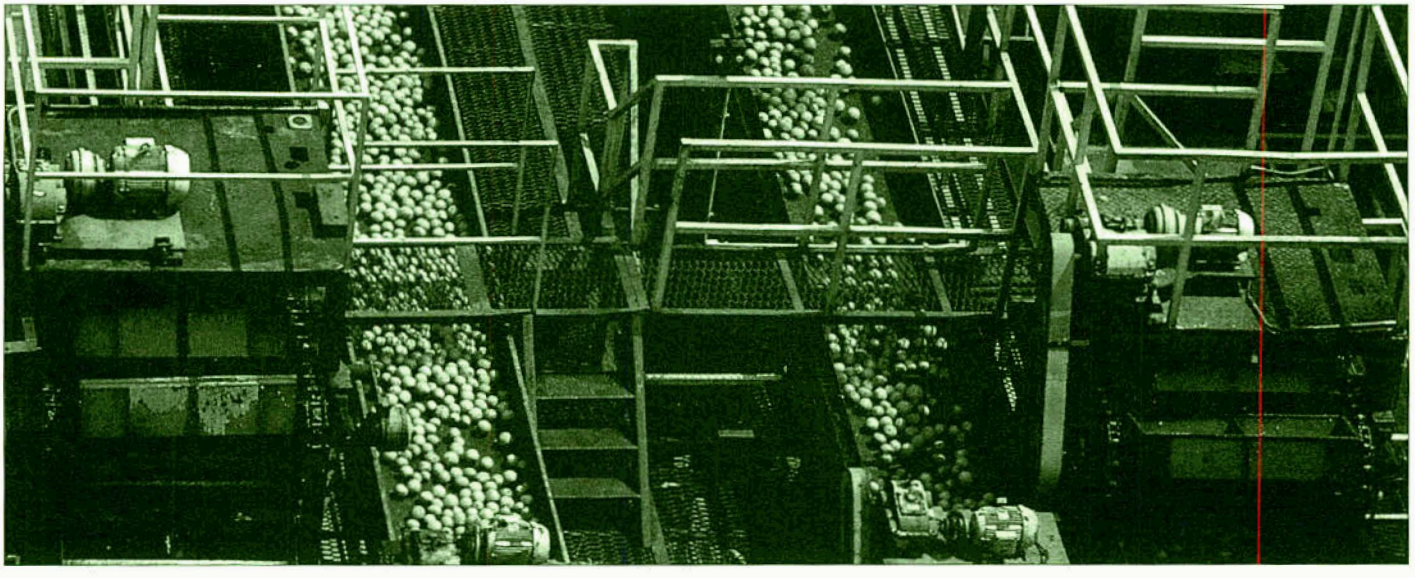
Império do consumo

Mas na agenda da indústria brasileira de suco de laranja concentrado congelado (SLCC) não constam apenas fitossanidade e concorrência. Embora ainda incipiente, nota-se também um crescimento da preferência dos consumidores brasileiros e estrangeiros pelo suco não congelado. O consumo de suco resfriado na Europa mais do que dobrou nos últimos 10 anos, e rapidamente caminha para alcançar 10% do volume total consumido de suco de frutas. No caso brasileiro, o chamado suco natural visa à parcela da população de maior renda e que está disposta a adquirir o produto como alternativa prática, sendo muito exigente quanto ao sabor da bebida devido ao hábito de consumir o suco feito na hora.

A maior parte das empresas brasileiras de SLCC entende que o suco natural não se insere nos seus interesses de exportação pela própria interferência do congelamento sobre a qualidade final da bebida. As que optaram por explorar esse mercado internamente, por sua vez, em geral buscaram parcerias com indústrias lácteas, que emprestam sua marca ao produto e se encarregam da logística de distribuição.

O teor da pesquisa

No fim de 1998 o CEA/FGV quis conhecer as opiniões de diversos gerentes ou diretores comer-



E-mail: irene@fgv.br

Guerra de gigantes

Em meados de março o Departamento de Citros da Flórida (DCF) divulgou relatório contendo as tendências da produção floridiana para o período compreendido entre as safras 1999/00 e 2008/09.

Os dados se baseiam no censo bianual de laranjeiras comerciais realizado pelo Serviço de Estatística Agrícola da Flórida (Fass) em 1998, que relaciona por idade o número de pés e os acres plantados. Sua combinação com dados sobre rendimento em caixas/árvore por categoria etária gera a produção futura projetada, obtida a partir de dois métodos.

O primeiro se baseia no número de árvores, aplicando a média de caixas/árvore para as árvores projetadas. O segundo na área plantada, aplicando o número de caixas/acre (calculado indiretamente usando dados do número de árvores, da área coberta e do rendimento/árvore) à área projetada, por idade das árvores.

O relatório ressalta que suas estimativas referem-se à produção potencial e não à utilizada. A primeira diz respeito à quantidade de fruta passível de ser utilizada assumindo-se preços favoráveis no complexo citrícola - ou seja, não há abandono da cultura -, enquanto a segunda diz respeito à quantidade da fruta verdadeiramente processada através de qualquer canal de comercialização.

A conclusão é que, para o próximo decênio, a produção potencial de laranjas na Flórida, com base nos rendimentos médios, poderá oscilar entre 240 e 300 milhões de caixas, dependendo da tendência no rendimento. No caso de o adensamento crescente limitar os rendimentos por árvore, a colheita pode oscilar entre aproximadamente 240 e 260 milhões de caixas.

As informações apenas confirmam o que o mercado já sabia: os EUA caminham inexoravelmente para uma situação de auto-suficiência de suco de laranja, podendo se tornar virtuais competidores do Brasil no comércio mundial desta commodity.

Flórida: produção projetada de laranjas

Temporada	*Método baseado no número de árvores*			
	Árvores em produção (milhões)	*Rendimento (caixas/árvore)*	*Média de idade das árvores produtivas*	*Produção potencial (milhões de caixas)*
1999/00	79,8	3,3	12,6	262
2003/04	80,4	3,6	14,8	290
2008/09	80	3,9	17,3	311

Fonte: Departamento de Citros da Flórida.

2. Flórida: produção projetada de laranjas

Temporada	*Método baseado no número de acres*			
	Acres em produção (milhares)	*Rendimento (caixas/acre)*	*Média de idade dos acres em produção (anos)*	*Produção potencial (milhões de caixas)*
1999/00	607,5	399,7	13,4	243
2003/04	608,1	415,1	15,2	252
2008/09	605,8	430,6	17	261

Fonte: Departamento de Citros da Flórida.

ciais de empresas produtoras de SLCC, estabelecidas em São Paulo, sobre fitossanidade e mudanças no perfil da demanda final sobre a estrutura produtiva.

Foi apresentado um questionário a executivos das 12 empresas que nessa época atuavam no estado de São Paulo. Das 12, oito responderam, duas de grande porte, duas empresas médias e quatro pequenas.

As respostas foram dadas através da escala de 5 pontos de Lickert: 1 - concordo plenamente; 2 - concordo em parte; 3 - não concordo nem discordo; 4 - discordo em parte; 5 - discordo plenamente.

Cinco afirmações foram submetidas aos executivos no caso do perfil da demanda:

1. Vale a pena investir para aumentar o consumo interno de suco de laranja industrializado, concentrado ou não.
2. Há uma tendência ao aumento da procura por parte do consumidor final no mercado internacional pelo suco natural.
3. O hábito do brasileiro de tomar suco fresco feito na hora dificulta a aceitação do suco industrializado (concentrado ou não).
4. Nos países importadores, a procura dos

O GOVERNO norte-americano se empenha em combater o cancro cítrico detectado nos pomares da Flórida. Cerca de US$25 milhões já foram liberados pelas autoridades para a erradicação dos pomares infectados, controle de trânsito e vigilância das divisas do estado da Flórida.

A CLOROSE VARIEGADA de citrus já atingia 37% dos pomares paulistas em 1997, enquanto os focos de cancro cítrico na região nobre da citricultura em São Paulo pularam, entre 1992 e 1998, de nove para 457, e o número de plantas contaminadas, de 934 para 91.602.

engarrafadores pelo suco industrializado natural vai aumentar nos próximos anos.

5. O baixo poder de compra do brasileiro dificulta as vendas do suco industrializado natural.
6. O brasileiro vê o suco de laranja como um alimento.

Foram submetidas aos executivos duas afirmações relativas a problemas fitossanitários:

7. É necessário resolver os problemas de doenças e a baixa produtividade das árvores nos pomares brasileiros.
8. A criação e/ou o aumento dos pomares próprios das empresas brasileiras de SLCC é um bom caminho para se resolverem os problemas fitossanitários atuais da fruta.

A tabela da página seguinte contém não só a média aritmética das opiniões como também a média das respostas separadas por categoria das empresas. A última coluna traz a medida da dispersão entre as respostas médias de cada categoria, como forma de medição da convergência/divergência das opiniões.

De acordo com os resultados da pesquisa, na

A batalha das tarifas

Em fevereiro último, o Usda divulgou seu balanço de oferta e demanda de suco de laranja concentrado congelado (SLCC) para 11 países selecionados. De acordo com os dados, na temporada comercial 1998/99 (julho/junho), o Brasil terá produzido 1,068 milhão de toneladas da bebida concentrada a 65° Brix. Ratifica-se a posição do país como maior produtor mundial, com tonelagem 21% maior do que os EUA.

Também em termos do comércio mundial o Brasil se mantém em destaque, responsabilizando-se por pouco mais de 80% do total da bebida transacionado internacionalmente.

Apesar de estes indicadores ainda comprovarem a vantagem brasileira, seu setor citrícola se defronta atualmente com três problemas: o crescimento da competição norte-americana, a elevada incidência de pragas e doenças nos pomares paulistas e a perda de competitividade imposta por vários países compradores sobre a bebida brasileira importada.

No caso desse último fator, a barreira tarifária determinada pelos EUA ao SLCC brasileiro vem sendo um dos pontos mais sensíveis das discussões entre os dois países quando se trata desse comércio. Além de inibir a competitividade do suco brasileiro, ela assume um formato especialmente prejudicial ao produto, que é o de um valor fixo por litro SSE (*single strenght equivalent*, ou seja, à concentração de 11,8° Brix), e não *ad valorem*, como no caso da União Européia e dos países asiáticos.

A perversidade deste sistema pode ser muito bem apreciada por um simples exercício matemático. Até 1994, o valor da tarifa norte-americana sobre o SLCC brasileiro era equivalente a US$0,0925/litro SSE. Como naquele ano as exportações de SLCC brasileiro a 65° Brix para os EUA chegaram a 328 mil toneladas (equivalentes a 1,7 bilhão de litros SSE), a tributação total por conta dessa barreira chegou perto de US$160 milhões. O valor FOB das vendas brasileiras do produto aos EUA naquele ano alcançou US$286 milhões; conclui-se que a tarifa equivalia a 56% dessa receita.

Ainda em 1994, a tarifa imposta pela União Européia (maior consumidor isolado do produto brasileiro) era de 19%.

Levado a discussão na OMC em 1994, o assunto foi tratado na Rodada Uruguai, estipulando-se que a tarifa deveria sofrer redução mínima de 15% pelo período de seis anos. Ou seja, no ano 2000 ela deverá estar em US$0,0785/litro SSE (valor equivalente a US$ 414/t 65° Brix).

Essa não é a única penalidade imposta ao SLCC brasileiro que adentra os EUA. Caso o produto seja direcionado especificamente ao estado da Flórida, estará sujeito à chamada taxa de equalização da Flórida, equivalente ao montante que os citricultores floridianos pagam ao Departamento de Citrus da Flórida para a cobertura das despesas relativas a propaganda, promoção, pesquisa científica e atividades ligadas às pesquisas econômicas e de mercado.

A cobrança, feita à base de US$0,17/caixa aos produtores daquele estado, equivale a 0,03/libra de sólidos. Isso significa que, no caso de se tratar de suco concentrado a 65° Brix (formato sob o qual a bebida brasileira chega aos EUA), a taxa alcança aproximadamente US$0,06/litro.

O objetivo da cobrança é evitar que a bebida produzida fora do país se beneficie do chamado efeito *free ride*, que consiste em usufruir gratuitamente a demanda criada pelos programas de propaganda, promoção e pesquisas originados na Flórida sem haver contribuído para a cobertura desses gastos.

Se as representações citrícolas brasileiras não podem interferir no caso dessa taxa, a Associação Brasileira de Exportadores de Citrus – Abecitrus – espera conseguir algum tipo de redução extra na tarifa aduaneira, além do acordado na Rodada do Uruguai. A chamada Rodada do Milênio da OMC, a ser realizada no presente exercício, vem sendo encarada pelos representantes da classe como uma boa oportunidade para o reinício dos debates, já que se tratará de uma negociação ampla e multilateral entre os países ativos no comércio mundial.

indústria ainda subsiste uma certa reticência quanto à conveniência de investir para aumentar o consumo interno, principalmente nas empresas de médio e grande portes (afirmação nº 1). Essa percepção confere com o balanço brasileiro de oferta e demanda de laranja e de SLCC, onde a transformação da fruta em concentrado congelado – quase totalmente destinado ao mercado externo - absorve mais do dobro da quantidade que o mercado interno demanda da fruta, para consumo *in natura* ou para a transformação doméstica em suco.

Embora não se ignore que mudaram as preferências dos consumidores estrangeiros quanto ao suco natural, principalmente por parte das grandes empresas essa percepção ainda é vaga (afirmações nº 2 e nº 4). Tal insegurança conflita com os fatos: entre 1987 e 1994 por exemplo, o percentual de participação do suco natural nas vendas varejistas dos EUA aumentou de 9% para 25% e, em meados de 1997, as vendas de suco de laranja natural nos EUA, em supermercados de faturamento anual igual ou superior a US$4 milhões, já chegavam a 29% das vendas da bebida em todas as suas formas.

Na opinião dos executivos consultados, a preferência do brasileiro pelo suco de laranja preparado na hora ainda dificulta a disseminação de seus similares industrializados. A média das respostas à terceira afirmação – a que mais se aproximou da concordância plena na média para todas as empresas – justifica a dispersão muito baixa entre as três médias de respostas. Não se duvida também do fato de que a restrição orçamentária dos consumidores brasileiros reforça a resistência (afirmação nº 5), impedindo que percebam claramente os custos indiretos da preparação do suco caseiro. À medida que a decisão de compra é tomada apenas com base no custo direto da bebida, o suco industrializado fica em desvantagem.

Um dos achados mais interessantes da pesquisa foi a dispersão muito elevada entre os três tamanhos de empresas, nas opiniões quanto ao brasileiro ver o suco de laranja como alimento (afirmação nº 6): houve concordância quase plena entre empresas de médio porte, enquanto os executivos das grandes firmas preferiram discordar. O motivo para a divergência mereceria investigação posterior, até porque a indústria brasileira de suco não tem se preocupado em posicionar seu produto diante do público como alimento, refresco ou de ambas as formas. Também não tem procurado realizar pesquisas de mercado para entender como o suco é visto pelos consumidores.

Quanto ao lado da fitossanidade, a conscientização dos executivos parece inferior ao que se poderia esperar (afirmação nº 7). A média das opiniões aproximou-se da concordância apenas parcial e somente nas empresas de médio porte se observou consciência plena da gravidade desse problema.

A displicência quanto ao assunto é da maior importância. Aparentemente, esses executivos ainda não perceberam com clareza as implicações nefastas das doenças sobre toda a cadeia industrial do suco, o que é inaceitável num momento em que cresce a competição com o suco norte-americano e a competitividade das empresas cada vez mais é posta em xeque.

A possibilidade de os pomares próprios serem uma solução para o controle das doenças não teve maior repercussão entre os executivos contatados, e foi mesmo repudiada pelas empresas de médio porte (afirmação nº 8). Pode-se entender o porquê desse comportamento: as respostas naturalmente seguiriam o padrão já adotado nas empresas quanto à produção interna da matéria-prima. Não estranha portanto que essa tenha sido a afirmação com o segundo maior índice de divergência entre as respostas. Parece que o assunto ainda é motivo de grandes controvérsias dentro da indústria.

E-mail: irene@fgv.br

Suco de laranja: questionário sobre perfil da demanda e fitossanidade

Média aritmética das respostas e média das respostas por categoria de empresa

Número da afirmação	*Média das respostas nas 8 empresas*	*Médias das respostas nas empresas de pequeno porte*	*Médias das respostas nas empresas de médio porte*	*Médias das respostas nas empresas de grande porte*	*Diferença entre o maior e o menor valor nas respostas por porte*
1	2.3	1.8	2.5	3.0	1.2
2	2.0	1.5	2.0	3.0	1.5
3	1.5	1.3	2.0	1.5	0.7
4	2.5	2.0	3.0	3.0	1.0
5	1.8	1.8	2.0	1.5	0.5
6	2.5	2.3	1.5	4.0	2.5
7	1.6	1.8	1.0	2.0	1.0
8	3.0	2.3	4.5	3.0	2.2