



Prezado produtor, prezado industrial, prezado consumidor,

A CitrusBR, Associação Nacional dos Exportadores de Sucos Cítricos, é a entidade que representa os interesses coletivos das indústrias de sucos cítricos, entre eles o suco de laranja.

O Brasil é hoje responsável por 80% da exportação global de suco de laranja, além de deter 56% da produção mundial do produto e 30% da produção de laranja.

A CitrusBR tem uma agenda voltada ao futuro e é para o futuro que mira todos os seus esforços. O futuro da citricultura e da exportação de suco de laranja depende de um trabalho institucional constante junto a entidades governamentais e entidades privadas nas esferas municipal, estadual e federal. Depende também de um trabalho sistemático junto a entidades representativas públicas e privadas nos Estados Unidos, União Européia, Japão e China, que importam mais de 90% das exportações do Brasil.

Para representar este extraordinário patrimônio produtivo e industrial construído nos últimos 50 anos, a CitrusBR vai trabalhar de forma transparente e democrática. Sua missão é contribuir para que a opinião pública brasileira e internacional conheçam o funcionamento deste setor, tornando-o ainda mais pujante e competente do que já é.

Todo mês produziremos um material informativo CitrusBR tratando de algum tema de interesse do setor. Você está recebendo o número 1.

Christian Lohbauer
Presidente Executivo
CitrusBR

Conjuntura e Lógica de Funcionamento do setor

A conjuntura vigente na cadeia produtiva da citricultura é de uma aguda instabilidade. O ciclo de produção passa por um momento de excesso de oferta e queda da demanda.

A compreensão das razões da crise é estratégica para entender a formação do preço do suco de laranja e, por consequência, da fruta adquirida pela indústria. É importante registrar que o processo de concentração da citricultura é uma realidade. Apesar de a produção crescer, há uma redução na área e na quantidade das unidades produtivas.

Estado de São Paulo: números da citricultura

Safra	UPAs	Área (hectare)	Área média UPA (ha)	Produção em caixas de 40,8 quilos
1995-96	35.883	865.801	24,1	346.897.253
2007-08	20.720	741.316	35,8	354.699.847*

Fonte: Secretaria de Agricultura do Estado de São Paulo

UPAs – unidades produtivas agrícolas,

* Estimativa do IEA/Secretaria de Ag. São Paulo. A estimativa da indústria é cerca de 10% inferior

No que se refere às propriedades fornecedoras para a indústria, também se verifica uma concentração em seu número no suprimento de fruta.

Estado de São Paulo: distribuição de produtores e árvores na citricultura

Árvores	2001		2006	
	% Produtores	% Árvores	% Produtores	% Árvores
Mais de 400 mil	0,20	13,30	0,40	25,50
200 a 399 mil	0,30	10,10	0,50	6,00
100 a 199 mil	1,10	12,70	1,30	11,70
50 a 99 mil	2,60	14,90	2,80	13,90
30 a 49 mil	3,50	11,30	3,50	9,30
10 a 29 mil	14,90	20,00	15,20	17,60
Menos de 10 mil	77,50	17,90	76,30	16,10
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: estimativa feita a partir de entrevistas realizadas por Pensa e Icone. Compreende apenas cinturão citrícola do estado de São Paulo e exclui a produção própria das indústrias.

A formação do preço do suco de laranja

Como o suco de laranja industrializado é uma commodity cotada na Bolsa de Nova York, o seu preço é formado nos mercados consumidores do produto, a partir das informações disponíveis sobre a: demanda de suco pelos mercados consumidores; oferta de laranja para industrialização (produção menos consumo da fruta fresca do mercado interno); expectativa de produção em safras futuras, com base nos pomares existentes; oferta de suco no mercado, com base nas quantidades de laranja em processamento e nos estoques de disponíveis.

Como são os maiores consumidores mundiais de suco de laranja, o preço de mercado é formado nos Estados Unidos e nos países da Europa Ocidental. Nos Estados Unidos, o preço é cotado na Bolsa de Nova York como uma commodity com base na relação de oferta e demanda de suco no mercado mundial.

No mercado europeu, o preço acompanha as cotações da mesma bolsa descontadas taxas e ajustadas às diferentes logísticas.

O mercado comprador do suco de laranja exportado pela indústria brasileira é altamente concentrado e sofisticado.

A Europa, além de comprar mais de 71% do suco do Brasil, tem cerca de duas dezenas de engarrafadores, que respondem pela compra de mais de 75% de todo o suco exportado brasileiro para lá.



Informativo 1 set 2009

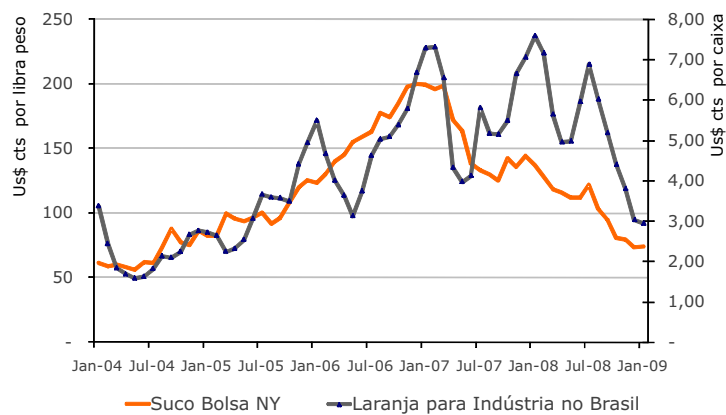
Com acesso às informações sobre os estoques de suco e as safras brasileiras e as norte-americanas, dentre outras, que influenciam a oferta versus demanda do suco, os compradores sabem os preços de mercado dada uma determinada relação de oferta versus demanda, bem como acompanham diariamente o preço do suco em Nova York.

Assim, a indústria no Brasil fica sem condições para escolher arbitrariamente o preço pelo qual vai vender nos mercados internacionais. Fica na condição de tomador de preço.

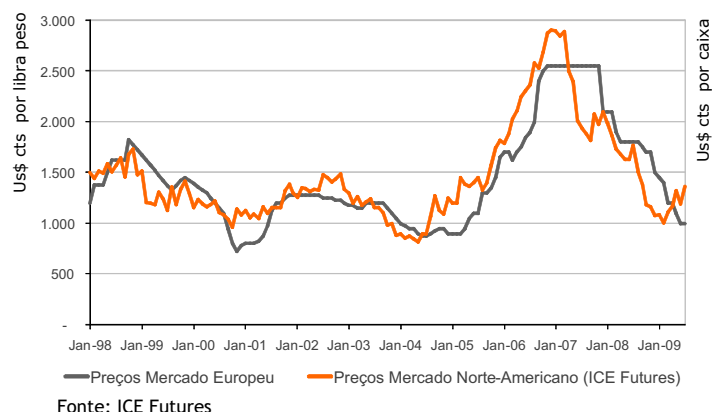
Se a indústria necessita, em média, 250 caixas de laranja de 40,8 quilos para produzir uma tonelada de suco concentrado congelado, e pagar US\$ 4 por caixa, o custo apenas da fruta para a produção de uma tonelada de suco será de US\$ 1.000.

Uma vez que a indústria precisa cobrir seus custos industriais, de transporte para o porto, de navio para a Europa e da manutenção do estoque a -18° Celsius, o suco precisa ser vendido acima dos US\$ 1.000 por tonelada para que possa pagar US\$ 4 por caixa de laranja.

Correlação de preços da laranja no Brasil e do suco na Bolsa de NY



FCOJ Preço médio mensal



Historicamente, o preço pago pela indústria na compra de laranja sempre teve como referência o preço na Bolsa de Nova York e no mercado europeu.

Esse cenário não é desconhecido da agricultura brasileira. Para a soja, cana-de-açúcar, o milho, café, algodão e outras commodities agrícolas o preço é formado e cotado no mercado internacional.

Pode ocorrer que os custos de produção agrícola no Brasil subam, especialmente em função do câmbio e do custo de matérias-primas tais como fertilizantes e defensivos, e os preços internacionais caíam.

Em muitas ocasiões, os produtores brasileiros podem vender seus produtos, seja para a agroindústria brasileira ou estrangeira, abaixo de seu custo de produção. Isso também ocorre com a agroindústria, como no caso da indústria de suco nas atuais circunstâncias, que, em razão de contratos firmados, está pagando a muitos produtores preços superiores a US\$ 4 por caixa, enquanto o preço de suco de laranja se acha cotado a menos de US\$ 1.000 por tonelada, o que resulta em prejuízo efetivo para a indústria.

Com a recuperação das safras e a queda da demanda, os preços caíram 56%, de 2007 até agora (Fonte: NYSE).

Assim como ocorre na agricultura de um modo geral, a atual valorização do real contribui também para diminuir a renda tanto do produtor como da indústria.

A perspectiva do produtor

Da laranja produzida no Brasil:

- 30% são vendidos no mercado interno de fruta fresca, no valor atual de R\$ 9,50 a caixa, incluídos colheita e frete (Fonte: Cepea/Esalq-USP 20/Agosto/09);

- 70% são vendidos para a indústria, de acordo com a estrutura de fornecimento:

- 30% de pomares próprios ou contratados pelas agroindústrias;

- 50% dos produtores com contratos plurianuais, de três anos e meio a dez anos de fornecimento, com preços de caixa fixos, mais prêmio em caso de variação positiva do preço internacional.

A maioria desses contratos foi assinada entre 2005 e 2007, quando a laranja estava no pico de seu Preço por caixa.

- 20% dos produtores no mercado spot, sujeitos à variação de preços do suco e da laranja que ocorre de uma safra para outra.





Em cenários de preços de suco elevados, como após o furacão Wilma, em 2005, com severa quebra na oferta de laranja na Flórida, os produtores, que vendem no mercado spot, conseguem

preços substancialmente superiores aos vigentes nos contratos de longo prazo (que não levam em conta esses eventos climáticos extremos). Em 2006 e 2007, esses produtores chegaram a vender laranja a preços acima dos pagos pelos contratos plurianuais.

De outro lado, com preços de suco baixos como os atuais, os produtores que vendem no mercado spot podem ser sujeitados a vender sua fruta por preços substancialmente inferiores aos dos contratos de longo prazo. Hoje, eles vendem a preços abaixo dos contratos plurianuais.

Assim, o vendedor de frutas (ou de qualquer outra commodity agrícola) no mercado spot corre o risco de flutuação dos preços da laranja, podendo ganhar ou perder. Entre eles, os produtores menos eficientes são especialmente atingidos pela crise

Um pomar eficiente, com árvores na faixa de 7 a 10 anos na região sudoeste de São Paulo, produz pelo menos 1.200 caixas por hectare. Um pomar com 20 anos de idade na região norte do estado, sem irrigação, produz menos de 400 caixas por hectare. Assim, o pomar menos produtivo é três vezes menos eficiente que o produtivo, com custos de produção proporcionalmente maiores por caixa.

Em resumo, dada a atual taxa de câmbio, a crise corrente atinge a todos os citricultores. Entretanto, impacta mais duramente os 20% dos produtores que entregam para a indústria e decidiram apostar no mercado spot e, entre estes, os menos eficientes.

Além do citricultor, a crise afeta também, de modo extremamente perverso, a indústria de suco com contratos de compra de laranja a preços contratados no período de alta do suco, entre 2006 e 2007, que realiza imenso prejuízo para honrar os contratos

Os remédios e conseqüências da crise

Quando há excesso de oferta e estoques, de qualquer commodity agrícola, o remédio usualmente utilizado nos Estados Unidos e na Europa é o subsídio agrícola sob a forma de financiamentos a juros baixos e de aquisição de estoques pelo governo (pode-se citar, no Brasil, o caso da cultura do café).

Qualquer ação que leve ao aumento da demanda de laranja ou de suco industrializado, certamente amenizará a crise atual. Na falta de qualquer benefício dessa natureza, um mercado "ofertado" acaba sendo naturalmente ajustado pela saída de alguns dos seus agentes, que migram para outras atividades. Isso termina por regular a oferta do produto, com o restabelecimento da normalidade dos preços respectivos.

Nessa perspectiva, é natural esperar que parte dos produtores menos eficientes deixem a citricultura, e os mais profissionalizados e eficientes não só permaneçam como cresçam ainda mais.

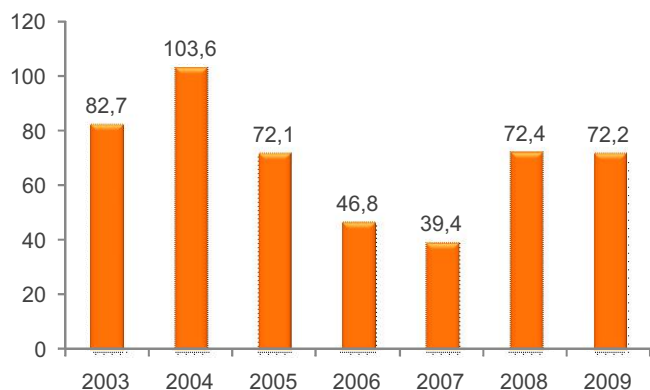
Como visto anteriormente, a concentração no setor citrícola é uma realidade.

Em sua esfera de atuação, a indústria deve se mobilizar para o desenvolvimento de ações nacionais e internacionais, que provoquem a recuperação do mercado de consumo de suco de laranja no Brasil e no mundo, uma das soluções que viabilizam todos os interesses da cadeia.

O caminho da promoção comercial e adoção de uma campanha de comunicação integrada e mundial que apresente todos os benefícios que o suco de laranja traz para a saúde e para o bem-estar são a melhor saída para reverter o quadro de queda de consumo do produto e aumentar as exportações brasileiras.

No front nacional é preciso trabalhar pelo aumento do consumo de frutas e de suco, como também apoiar projetos de interesse público para consumo de sucos nas escolas ou projetos de apoio ao citricultor em períodos de baixa no mercado.

Estoque de FCOJ na Flórida em agosto
(milhões de galões) (1 galão = 3,78 litros)



Fonte: Foodnews, 2009

CitrusBR www.citrusbr.com

Associação Nacional dos
Exportadores de Sucos Cítricos
Rua Iguatemi, 448 conj. 701
01451-010 São Paulo SP
T 11+2769-1205
citrusbr@citrusbr.com

Assessoria de Imprensa
Insight Engenharia de Comunicação
Sérgio Costa- Marília Ferreira
T 21+2509.5399

