PROF. DR. MARCOS FAVA NEVES – FEA/USP RIBEIRÃO PRETO
(COORDENADOR)

O retrato da citricultura brasileira

ELABORAÇÃO: MARKESTRAT
CENTRO DE PESQUISA E PROJETOS EM MARKETING E ESTRATÉGIA

AUTORES

Marcos Fava Neves (coordenador)

Vinícius Gustavo Trombin

Patrícia Milan

Frederico Fonseca Lopes

Francisco Cressoni

Rafael Kalaki

ÍNDICE

7 Mensagem inicial
8 Uma visão geral

MAPEAMENTO DA ECONOMIA CÍTRICOLA **10**

12 O setor citrícola no Brasil
14 PIB brasileiro versus PIB agrícola
16 Liderança brasileira
17 Exportações citrícolas
21 Destinos das exportações
23 Barreiras tarifárias
24 Barreiras fitossanitárias e exigências técnicas
26 Taxa de câmbio

MAPEAMENTO DA PRODUÇÃO CÍTRICOLA **28**

30 Evolução da produção mundial de laranja
34 Evolução da produção brasileira de laranja
34 Especialidade dos principais países produtores
36 Produção de suco de laranja
40 Cinturão citrícola (São Paulo e Triângulo Mineiro)
45 Comparativo entre a produção de São Paulo/Triângulo Mineiro e Flórida
48 Estratificação da produção pelo perfil do produtor no cinturão citrícola
53 Variedades nos pomares
54 Pragas e doenças no cinturão citrícola de São Paulo e Triângulo Mineiro
54 Impacto das mudanças climáticas na citricultura
55 Custo de produção de laranja
62 Defensivos na citricultura
64 Fertilizantes na citricultura
65 Salário mínimo
65 Empregos e condições de trabalho

67 Políticas de incentivo à produção
70 Ciclo do capital de giro e fontes de financiamento disponível
71 Preço da laranja
76 Preço do suco de laranja
79 A decomposição do preço do suco de laranja no varejo

MAPEAMENTO E QUANTIFICAÇÃO DA CITRICULTURA SAFRA 2008/09 **84**

MAPEAMENTO DO CONSUMO DE PRODUTOS CÍTRICOLAS **92**

94 Benefícios nutricionais da laranja
94 Definição de suco, néctar e refresco
96 Consumo mundial de bebidas
97 Consumo mundial de sucos, néctares e refrescos de frutas
98 O sabor laranja
105 O sabor laranja na Europa
106 O sabor laranja na América do Norte
109 O sabor laranja no grupo de países do BRIC + México
111 Potencial de crescimento do mercado interno brasileiro
112 O poder de fogo do varejo internacional
120 A concentração dos envasadores
122 Concentração na indústria brasileira de suco de laranja

MENSAGEM FINAL **125**

ANEXO **130**

O COORDENADOR DA PESQUISA **136**

O Brasil já conseguiu uma boa eficiência na cadeia citrícola. Desde mudas e viveiros certificados, plantio e cultivo da laranja, produção do suco de laranja até a distribuição internacional em sistemas integrados a granel com caminhões-tanques, terminais portuários e navios dedicados que levam ao consumidor europeu, norte-americano e asiático produtos citrícolas com dezenas de especificações e blends para as mais variadas aplicações com uma excelência inigualável. Tudo isso com competência e know-how nacional. Produzimos a metade do suco de laranja do planeta cujas exportações trazem de US$ 1,5 bilhão a US$ 2,5 bilhões por ano ao país. Em praticamente 50 anos, a cadeia produtiva trouxe diretamente do consumidor mundial de suco de laranja quase US$ 60 bilhões ao Brasil a preços de hoje.

Essa riqueza está distribuída em centenas de empresas diretamente ligadas ao setor, em milhares de propriedades rurais, gerando mais de 200 mil empregos diretos e indiretos, recolhendo impostos, movimentando estabelecimentos como a Escola Técnica Edson Galvão, em Itapetininga-SP; Qualiciclo Agrícola, em Limeira-SP; Citrograf Mudas Cítricas, em Ipeúna-SP; André Brinquedos, Morada do Sol e FMC, em Araraquara-SP; Restaurante Pantheon e a Casa da Cultura, em Matão-SP; Supermercado Alvorada, em Itápolis-SP; Fido Construções Metálicas, em Olímpia-SP; Guarnieri Veículos, em Colina-SP; Mercadão dos Tratores, em São José do Rio Preto-SP; Bar Café da Esquina, em Catanduva; Auto Posto Pratão, em Prata-MG; e outras tantas empresas localizadas nos quase 400 municípios paulistas que se dedicam ao cultivo da laranja, de onde saem 80% da produção nacional. Em todo o Brasil são mais de 3.000 municípios onde a cultura está presente.

A laranja compete apenas nas nossas escolhas com as outras frutas, sendo que seu consumo interno in natura é crescente e garantido pelo preparo de suco nas residências, em padarias e restaurantes, além do mercado de suco pausterizado, que é produzido em fábricas que atuam regionalmente. Hoje o mercado doméstico de laranja in natura se tornou um grande consumidor da produção brasileira. Mais de 100 milhões de caixas de laranja (40,8 kg), equivalente, a aproximadamente 30% da produção nacional, são consumidas pelo povo brasileiro, que tem à sua disposição uma fruta nutritiva e saudável a um preço competitivo, o sonho de milhares de pessoas ao redor do mundo.

O maior desafio desta cadeia produtiva está no suco exportado, destino dos outros 70% da safra nacional. O suco de laranja, infelizmente, vem perdendo terreno para outros sucos e bebidas, lançadas cada vez com uma maior frequência e que vêm ganhando espaço no mercado, seja por apresentar menor teor calórico ou menor custo ao consumidor, seja por representar uma oportunidade de melhores margens aos envasadores e às redes de atacado e varejo. Nos Estados Unidos, principal consumidor mundial, a demanda per capita decresceu em 23% nos últimos sete anos, saindo de 23 litros para 17 litros. Nos 14 principais mercados da Europa Ocidental, a retração foi de 13 para 12 litros per capita. Na Alemanha, o primeiro em consumo na Europa, a diminuição foi de 26%.

Resta, então, pensar nos países emergentes. Mas a solução pode ser muito demorada, pois nesses países, com menor renda per capita, são as categorias de néctar e refresco que têm despontado. A explicação é o preço mais acessível ao consumidor, em função do baixo teor de suco em sua composição. Junto aos néctares e refrescos, são também outros sabores de frutas e outras categoria de bebidas como a de isotônicos, chás, bebidas à base de café, leite flavorizado e frutificado e águas saborizadas que têm experimentado maiores taxas de crescimento de consumo.

Além disso, a consolidação no segmento de varejo aumenta o poder das grandes redes de supermercado para pressionar para baixo os preços. Na Europa Ocidental, 66% do suco de laranja é vendido com as marcas do próprio varejo. Na Alemanha, por exemplo, onde os cinco maiores varejistas controlam 80% da venda de bebidas não alcoólicas, os preços do suco de laranja ao consumidor vêm oscilando entre

€ 0,59 e € 1,00 por litro na última década. Almejando um maior faturamento por metro quadrado e uma maior eficiência operacional, esses varejistas controlam a disponibilidade de espaço nas suas gôndolas, dando preferência àqueles produtos com maior giro e que proporcionam maior faturamento e margem de lucro por metro quadrado de prateleira, consequentemente influenciando os padrões de consumo em cada mercado.

Essa forte concentração no varejo nas últimas duas décadas acabou forçando a consolidação nos segmentos dos envasadores e das marcas, que são compradores diretos do suco de laranja exportado pelo Brasil. Hoje, apenas 35 envasadores compram 80% da produção anual mundial de suco de laranja, sendo o restante adquirido por 565 envasadores.

Grande parte dos compradores de suco de laranja também são responsáveis por seu envase e distribuição, sendo que a infraestrutura de manufatura é também utilizada para outras bebidas não alcoólicas, como, por exemplo, sucos de outras frutas, lácteos, refrigerantes, isotônicos e águas. Essa concorrência força a priorização do envase das bebidas com maior margem de lucro ou cuja matéria-prima apresente o menor custo.

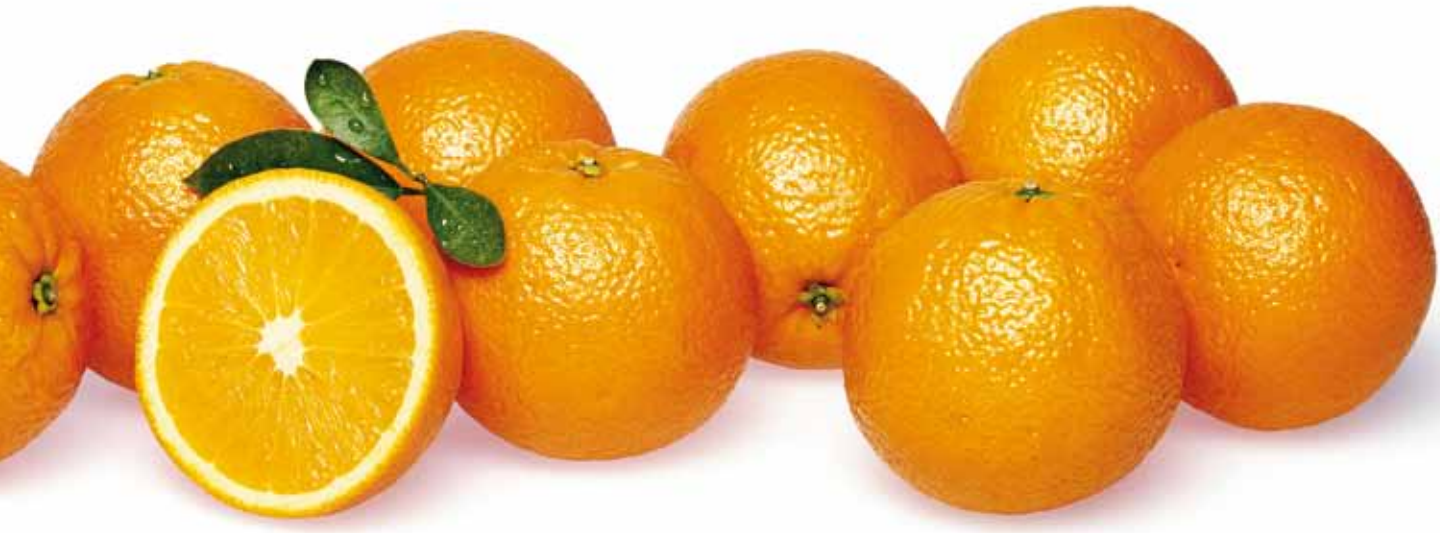
Este material tem como objetivo principal mostrar uma radiografia da cadeia produtiva citrícola, trazendo ao leitor um entendimento maior deste negócio, as variáveis que o impactam, suas tendências e desafios. Novamente desenhamos por completo a cadeia produtiva e os números de seus agentes.

É fruto de um trabalho de 12 meses que envolveram, direta ou indiretamente, cerca de dez pesquisadores ligados ao Centro de Pesquisas e Projetos em Marketing e Estratégia (Markestrat), composto por professores, doutores, mestres e graduandos da USP.

Foram feitas inúmeras visitas a empresas grandes, médias e pequenas para levantar dados e informações. Foram também inúmeros os debates com os executivos das principais empresas do setor e discussões na Citrus-BR. Também fizeram parte do estudo duas viagens internacionais, uma a Nice (França) visando à participação no Congresso Mundial de Sucos; e outra ao Centro Mundial de Pesquisa & Desenvolvimento e Inteligência de Negócio da TetraPak, em Modena (Itália), para uma imersão nos dados mundiais de sucos de frutas. Aqui agradecemos especialmente à TetraPak, representada por Paulo Nigro, Eduardo Eisler, Alexandre Carvalho, Bettina Scatamachia e Carol Eckel.

Vale ressaltar que nossas pesquisas não terminarão neste sumário executivo. Está sendo elaborado um livro em que toda a informação levantada ficará disponível.

Marcos Fava Neves
Professor Titular de Planejamento na FEA/USP, Campus de Ribeirão Preto



Uma Visão Geral

As principais conclusões do estudo

Desde 1962, quando começaram as primeiras exportações, a citricultura tem contribuído de forma definitiva para com o desenvolvimento do Brasil. No período, o setor gerou US$ 60 bilhões em exportações e somente em 2010 espera-se mais US$ 2 bilhões.

Os preços internacionais do suco sofrem incrível volatilidade, chegando a oscilar entre US$ 700 e US$ 2000 por tonelada em curto intervalo de tempo

Em 2009, as exportações do complexo citrus somaram de 2,9 milhões de toneladas, sendo 1,129 milhão de toneladas de suco concentrado (FCOJ, sigla em inglês), 939 mil toneladas de NFC,(suco não concentrado, sigla em inglês com dados equivalentes) e 851 mil toneladas de subprodutos.

Consumo

De cada cinco copos de suco de laranja consumidos no mundo, três são produzidos nas fábricas brasileiras.

O Brasil detém 50% da produção mundial de suco de laranja, e exporta 98% do que produz e consegue incríveis 85% de participação no mercado mundial.

O Brasil detém
50% da produção mundial
de suco de laranja,
exporta 98%
do que produz
e consegue incríveis
85% de participação
no mercado mundial

O custo do suco concentrado (FCOJ, sigla em inglês) é de apenas 28% do preço de gôndola do litro de suco no varejo europeu.

Trinta e cinco envasadores na Europa compram 80% do suco exportado pelo Brasil. Nos Estados Unidos, os quatro maiores envasadores detêm 75% do mercado.

O sabor laranja representa apenas 0,91% do mercado mundial de bebidas.

O suco de laranja é a bebida à base de frutas mais tomada no mundo, com 35% de participação entre os sucos.

Os sabor laranja tem perdido participação para as outras frutas, com queda de 1,6% ao ano. A demanda mundial do suco de laranja registrou queda de 6% em cinco anos. Por outro lado, néctares, que levam menor quantidade de sólidos solúveis (açúcares da fruta), cresceram 4% ao ano.

A cadeia arrecada
US$ 189 milhões
em impostos para o
Estado brasileiro

Nos EUA, maior consumidor de suco de laranja do mundo, com 38% do total, a queda de consumo foi de 11,5% em cinco anos. Em dez anos, a queda foi de 24% .

Flórida e São Paulo detêm 81% da produção mundial de suco. Só o Estado de São Paulo possui 53% do total. Nas últimas 15 safras, a produção mundial de suco caiu 13%. A maior redução aconteceu na Flórida (quase 90%).

Na safra 2009/2010,
a produção brasileira foi de
397 milhões
de caixas de laranja
de 40,8 Kg

Impacto no Brasil

O PIB do setor citrícola é de US$ 6,5 bilhões (2009), sendo US$ 4,39 bilhões no mercado interno e US$ 2,15 bilhões no mercado externo.

A citricultura gera, entre empregos diretos e indiretos, um contingente de 230 mil posições, e uma massa salarial anual de R$ 676 milhões.

Produtores de citros faturaram US$ 1,9 bilhão em 2009.

O faturamento total dos elos da cadeia produtiva de citrus foi de US$ 14,6 bilhões em 2009.

Concessionárias de rodovias faturam US$ 18,3 milhões com pedágios pagos pela citricultura. Só em fretes o setor gasta US$ 300 milhões por ano.

Na safra 2009/2010, a produção brasileira foi de 397 milhões de caixas de laranja de 40,8 Kg.

Impostos e contribuições

A cadeia arrecada US$ 189 milhões em impostos para o Estado brasileiro.

A taxa de câmbio é grande inimiga do setor. Considerando-se as exportações de 2006 a 2009, se a taxa fosse de US$ 1 para RS 2,32, o setor teria R$ 760 milhões a mais por ano, o que poderia representar R$ 2,30 a mais por caixa processada no período.

Só para o mercado americano pagou-se, em 2009, R$ 518 milhões em tarifas, o que equivale a R$ 1,90/caixa processada.

Pomares

No Brasil, em 2010, são quase 165 milhões de árvores produzindo, e na Flórida, 60 milhões.

A densidade de árvores por hectare aumentou bastante. Era de 250 árvores/hectare em 1980, 357 árvores em 1990, 476 árvores em 2000 e atualmente existem pomares com quase 850 árvores por hectare. Hoje estão disponíveis mudas melhores, vindas de viveiros telados, e praticamente 130 mil hectares já são irrigados.

Cerca de 11.000 produtores com menos de 20 mil árvores, (87% do total) detêm 21% das árvores existentes no cinturão citrícola. Outras 32% das árvores estão nas mãos de 1.500 produtores que tem entre 20 mil a 199 mil plantas. 120 produtores têm mais de 200 mil plantas e já representam 47% das árvores.

O custo operacional de produção dos pomares da indústria é de R$ 7,26 por caixa. Este custo subiu de R$ 4,25/caixa em 2002/2003 para os atuais R$ 7,26 (70% a mais). Entre os custos que mais aumentaram destacam-se a mão de obra, que foi de R$ 0,86 por caixa para R$ 1,66, e o da colheita, que foi de R$ 0,84/caixa para R$ 2,19/caixa (160% de aumento). Entre 1994 e 2010 o salário mínimo subiu 628%.

Pragas e doenças foram responsáveis pela erradicação de 40 milhões de árvores nesta década. A mortalidade saltou de 4% para preocupantes 7,5%. Essas doenças foram responsáveis por perdas de quase 80 milhões de caixas por ano. Uma das preocupações mais sérias do setor é o greening, que que avança com extrema rapidez

Flórida e São Paulo detêm **81% da produção mundial** de suco. Só o Estado de São Paulo possui **53% do total**.

A citricultura gera, entre empregos diretos e indiretos, um contingente de **230 mil posições**, e uma massa salarial anual de **R$ 676 milhões**

Pragas e doenças foram responsáveis pela erradicação de **40 milhões** de árvores nesta década

MAPEAMENTO DA ECONOMIA CITRÍCOLA

1. O setor citrícola no Brasil

Registros apontam que a laranja é originária do sul asiático, provavelmente da China, por volta de 4.000 anos atrás. O comércio entre as nações e as guerras ajudaram a expandir o cultivo dos citros, de modo que, na Idade Média, a laranja foi levada pelos árabes para a Europa. Nos anos de 1500, na expedição de Cristóvão Colombo, mudas de frutas cítricas foram trazidas para o continente americano.

Introduzida no Brasil logo no início da colonização, a laranja encontrou no país melhores condições para vegetar e produzir do que nas próprias regiões de origem, expandindo-se por todo o território nacional. A citricultura destacou-se em vários Estados, porém, foi a partir da década de 1920 que se criou o primeiro núcleo citrícola nacional nos arredores de Nova Iguaçu no Estado do Rio de Janeiro. Esse núcleo abastecia as cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo, além de iniciar as exportações de laranjas para a Argentina, Inglaterra e alguns outros países europeus. Após essa fase, a cultura seguiu os caminhos da cafeicultura, que sofria uma significativa retração da área plantada em função da geada em 1918, da crise financeira mundial, da seca na década de 1920 e da infestação com nematoides. Diante desses problemas, a laranja foi caminhando para a região do Vale do Paraíba no interior paulista na década de 1940, tornando-se uma opção para substituir o café na região de Limeira – SP, chegando posteriormente a Araraquara em 1950 e

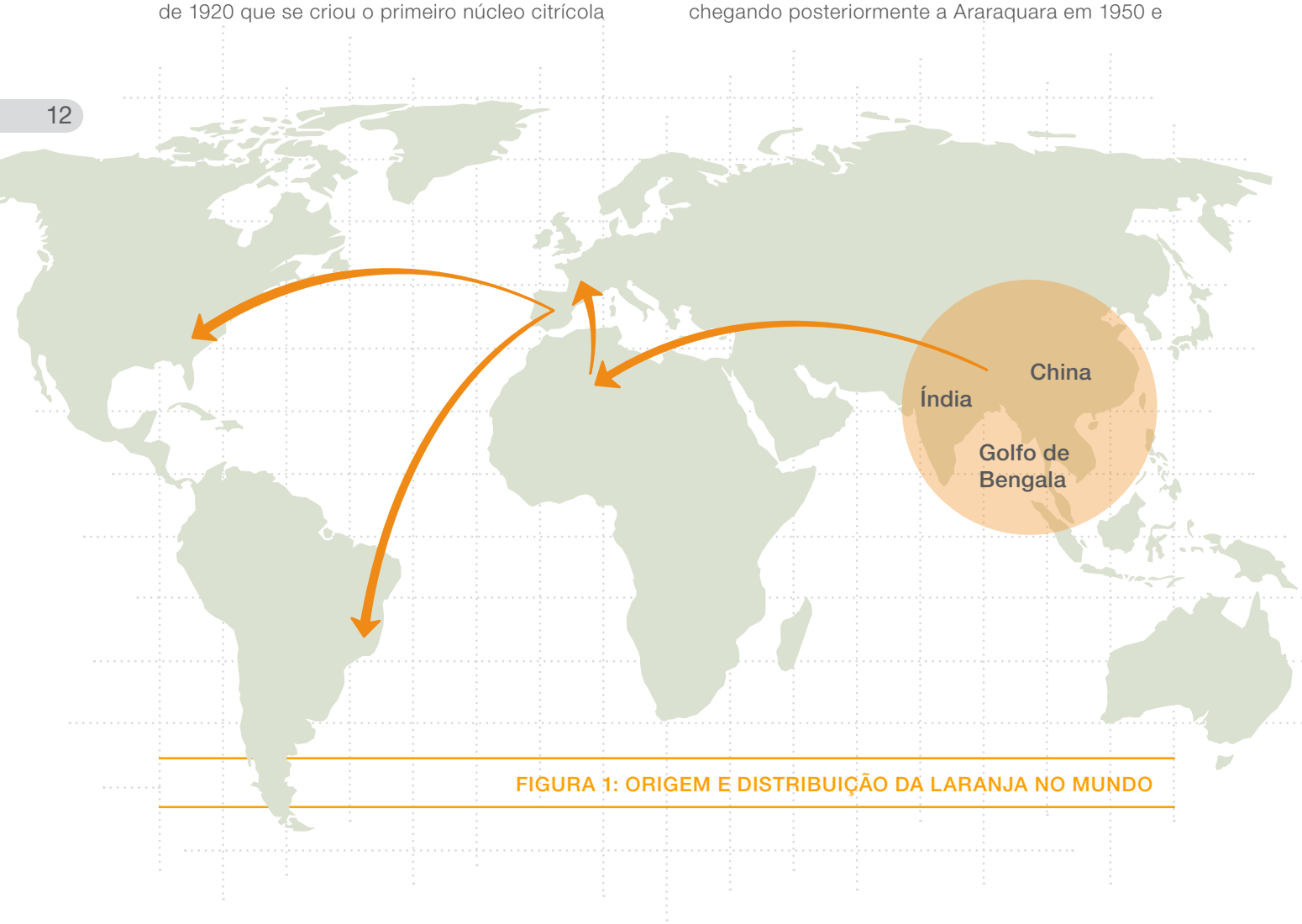


FIGURA 1: ORIGEM E DISTRIBUIÇÃO DA LARANJA NO MUNDO

TABELA 1: EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE MÁQUINAS EXTRATORAS INSTALADAS NO BRASIL POR DÉCADA

1970	1980	1990	2000	2010
76	511	815	1.022	1.178

Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de dados da CitrusBR e FMC

em Bebedouro ao final dessa década, ganhando cada vez mais espaço nas novas fronteiras ao norte e noroeste do Estado de São Paulo.

O desenvolvimento de tecnologia pelos órgãos governamentais ligados ao setor proporcionou o avanço e a consolidação da atividade, permitindo que a citricultura vivesse um período de plena expansão e ganhasse importância econômica. Desde a criação do núcleo citrícola em 1920 até 1940, quando teve início a Segunda Guerra Mundial, a produção de laranjas no Brasil havia crescido mais de dez vezes. Apesar dos avanços, o setor passou por um momento crítico durante a guerra, quando a demanda pelas exportações de laranja caiu drasticamente.

A recuperação das exportações de laranja ocorreu aos poucos durante o pós-guerra, porém era insuficiente para absorver toda a quantidade disponível a cada safra. Como o mercado interno era pouco desenvolvido, a ideia de industrialização do excedente ganhou adeptos. Em 1959, instalou-se a primeira fábrica de suco concentrado no Brasil e não demorou para que surgissem outras. Atualmente existem 1.178 máquinas extratoras instaladas no país, sendo que 1.061 estão localizadas no Estado de São Paulo, 72 estão no sul e 45 no nordeste (Tabela 1).

O grande propulsor do crescimento da indústria cítrica brasileira foi a geada que atingiu em 1962 os pomares da Flórida, nos Estados Unidos, até então os maiores produtores mundiais de laranja e de suco. O Brasil, apostando na atividade, trabalhou para preencher esta lacuna aberta no mercado. Em meados da década de 1960, o país fez as primeiras exportações experimentais de suco concentrado de laranja.

A consolidação da indústria brasileira ocorreu definitivamente após as geadas que voltaram a castigar a Flórida nos anos de 1977, 1981, 1982, 1983, 1985 e 1989, causando perdas na produção americana de laranja nas respectivas safras na ordem de 23, 30, 38, 52, 16 e 20 milhões de caixas, além de uma severa diminuição de conteúdo de suco na fruta em razão do congelamento das células e polpa da laranja. Houve também queda de produção nas safras subsequentes às das geadas em função da morte de milhares de árvores por causa da queda de temperatura. Com isso, as exportações de suco brasileiro se firmaram e a indústria nacional entrou numa fase de franca expansão.

A união de uma citricultura extremamente desenvolvida e uma indústria competitiva fez com que o Brasil se tornasse o maior produtor mundial de laranjas na década de 1980, superando os Estados Unidos não só em produção como também em tecnologia de citros. Nessa fase, com significativa queda da produção da Flórida, os preços do suco e da fruta atingiram valores recorde, fazendo com que a citricultura brasileira ganhasse mais força a cada safra. Foi um período marcado pelo ritmo acelerado de implantação de novos pomares em São Paulo, com taxas de expansão da área cultivada com citros de 12% a 18% ao ano, e pela entrada de milhares de novos produtores. A disponibilidade maior de laranja possibilitou o aumento das exportações de suco e uma ampla disponibilidade da fruta para consumo no mercado interno. As frutas cítricas, que em muitos mercados são consideradas artigo de luxo, passaram a ser consumidas por brasileiros de todas as classes sociais.

Na década de 1990, o parque citrícola da Flórida se recuperou e migrou seu eixo central para aproximadamente 180 quilômetros ao sul e sudoeste do Estado, regiões de temperaturas mais elevadas. Esses novos pomares foram formados com tecnologias modernas de irrigação que, além de suprir o déficit hídrico, também ofereciam proteção térmica às laranjeiras em caso de geadas de menor intensidade. A produção do Estado da Flórida, que havia derrocado para 104 milhões de caixas em 1984/85, voltou ao ápice em 1997/98, com 244 milhões de caixas de laranja.

A retomada da produção da Flórida e a explosão no crescimento da citricultura paulista, somados às modestas taxas de crescimento do consumo, de 2% a 3% ao ano, resultaram em excedentes de suco de laranja durante as safras de 1992/93 até 2003/04. A elevação dos estoques das indústrias brasileira, floridiana e europeia levou à desvalorização do suco, tanto no mercado futuro quanto no físico, derrubando o preço da laranja na Flórida, no Brasil e no Mediterrâneo. Nesse período, o preço médio do contrato de FCOJ (suco de laranja concentrado e congelado) na Bolsa de Nova York foi de U$ 903 por tonelada, livre do imposto de importação, o que representava o equivalente a U$ 3,61 por caixa de laranja entregue em Nova York, já processada em forma de suco concentrado de laranja. Na década anterior de 1982/83 a 1991/92 o preço médio do FCOJ na bolsa foi de US$ 1.583 por tonelada.

Posteriormente, o preço do suco de laranja voltou a subir por causa de três furacões em 2004 e um em 2005 que assolaram o Estado da Flórida, destruindo em cada uma das safras, respectivamente, 27 milhões e 39 milhões de caixas de laranja, além de facilitar a dispersão do cancro cítrico para o coração do cinturão citrícola americano. Essa menor oferta reduziu os elevados níveis de estoques mundiais, provocando uma reação dos preços na Bolsa de Nova York e pressionando para cima os preços no mercado físico do suco de laranja na Europa e Ásia, que já configuravam como os maiores compradores da produção nacional, proporcionado à citricultura paulista e floridiana um novo ciclo de alta de preços da fruta para processamento industrial.

Em 2009/10, após uma queda significativa no preço do suco de laranja, reflexo da crise mundial de 2008 que alterou o comportamento do consumidor, que passou a preferir produtos mais baratos, observou-se uma melhora nos preços em função da redução da produção nas duas principais regiões citrícolas do mundo. Em 2009/10, a produção brasileira foi de 397 milhões de caixas de laranja, com exportações em 2009 na ordem de 2,9 milhões de toneladas, sendo 1.129 mil toneladas de FCOJ, 939 mil toneladas de NFC (suco de laranja não concentrado) e 851 mil toneladas de subprodutos derivados da laranja.

2. PIB brasileiro versus PIB agrícola

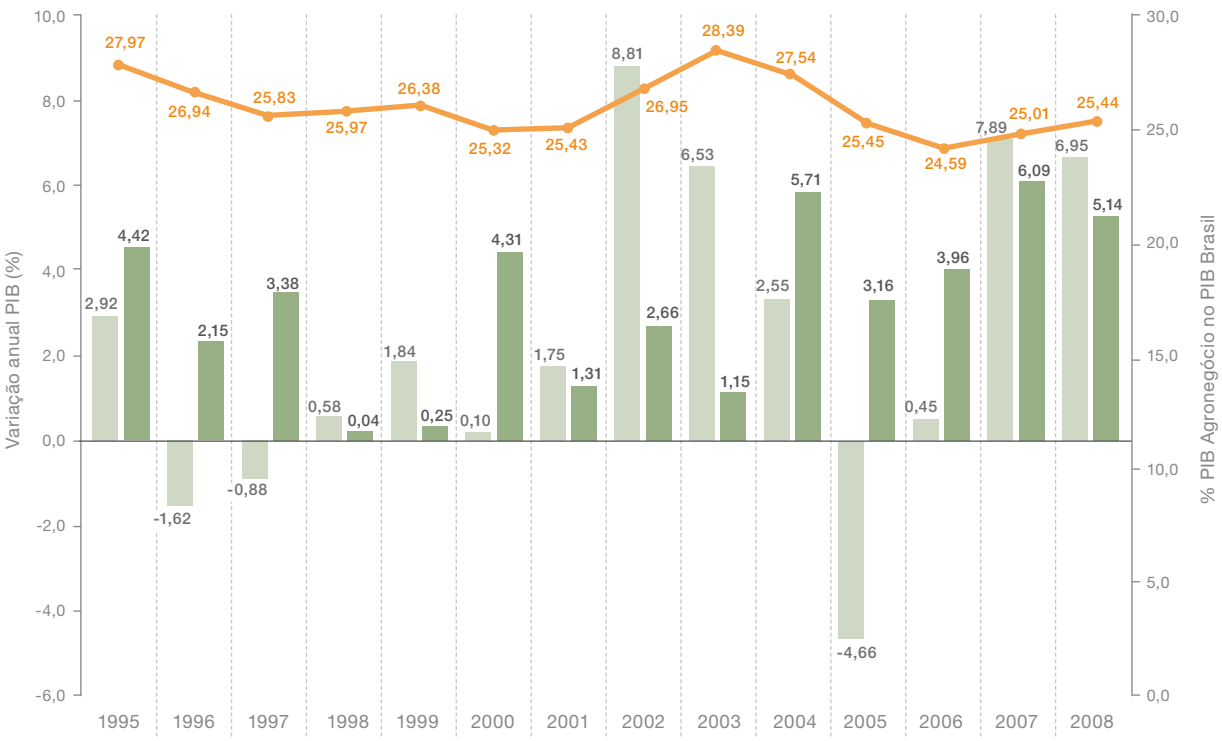
O Brasil é, notadamente, um país voltado para o agronegócio. De 1995 a 2008, o setor representou entre 24,5% e 28,5% com o PIB do país (Gráfico 1). A variação na taxa de crescimento do setor está relacionada com a oscilação dos preços das commodities no mercado internacional e da taxa de câmbio.

Outro destaque é a importância do setor para a balança comercial. Em 2009, as exportações agropecuárias foram responsáveis por 42,5% das exportações nacionais, aumentando sua participação em 6 pontos percentuais em relação a 2008, apesar dos reflexos da crise financeira e das baixas rentabilidades nas vendas por causa do câmbio valorizado.

O valor financeiro exportado pelo agronegócio em 2009 totalizou cerca de US$ 65 bilhões, contra uma importação de aproximadamente US$ 10 bilhões, promovendo um superávit comercial de US$ 55 bilhões, ressaltando a importância estratégica do setor para a geração de divisas. Se não fosse o agronegócio, a balança comercial brasileira passaria de um superávit de US$ 24,6 bilhões para um déficit de U$ 30 bilhões, o que comprometeria a estabilidade econômica e o real.

É nesse sentido que se pode apresentar a citricultura como geradora de um “dólar limpo”. Ou seja, para exportar suco de laranja, commodity cujo maior fornecedor mundial é o Brasil, frutas cítricas in natura e outros subprodutos, é preciso importar poucos insumos, o que não ocorre em outros setores, a exemplo das exportações de aeronaves. No período de 1962 a 2009 a citricultura exportou, em valores de 2009, quase US$ 60 bilhões, ou R$ 111 bilhões, trazendo, em média, US$ 1,3 bilhão por ano em divisas ao país.

GRÁFICO 1: VARIAÇÃO ANUAL DO PIB DO AGRONEGÓCIO VERSUS PIB BRASILEIRO



Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de dados do CEPEA

3. Liderança brasileira

A profecia iniciada com a descoberta do Brasil "em se plantando, tudo dá", parece mais verdadeira a cada dia. O país é o maior produtor mundial de suco de laranja, café e cana-de-açúcar, segundo na produção de soja e carne bovina, terceiro em carne de frango e milho e quarto na produção de carne suína.

Na mesma linha da profecia, recentemente outra promessa surgiu no país, a de que o Brasil seria um grande fornecedor de alimentos para o mundo, o que também já é uma realidade. A importância da produção brasileira extrapola as fronteiras territoriais e ganha destaque no comércio internacional, sendo o Brasil responsável por 45% do mercado mundial de açúcar e 32% do de café (Tabela 2). Entretanto, é no suco de laranja que o país mostra sua liderança. De cada cinco copos de suco de laranja consumidos no mundo, três são produzidos no Brasil (Figura 2). Em nenhuma outra commodity, o país tem expressividade semelhante.

A força da indústria brasileira de suco de laranja não está só nas exportações. O seu caráter empreendedor impulsionou, na década de 1990, o surgimento das primeiras agroindústrias brasileiras a atuarem em solos estrangeiros, o que fortaleceu ainda mais a sua posição competitiva frente ao cenário internacional.

Os números da citricultura brasileira impressionam. O país detém atualmente mais da metade da produção mundial de suco de laranja e exporta 98% da sua produção. A força do suco de laranja brasileiro no comércio internacional é motivo de orgulho e tem sabor e respeito único para o Brasil no mundo.

FIGURA 2: PARTICIPAÇÃO DO SUCO DE LARANJA PRODUZIDO NO BRASIL EM RELAÇÃO AO SUCO CONSUMIDO NO MUNDO

Três em cada cinco copos de suco de laranja consumidos no mundo

Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de CitrusBR.

4. Exportações citrícolas

Em 2009, as exportações do complexo citrícola totalizaram 2,15 milhões de toneladas de produtos e US$ 1,84 bilhão em receita, representando cerca de 3% das exportações do agronegócio (Gráfico 2).

De 2000 a 2009, a receita obtida aumentou em 62%, sendo que a participação do FCOJ reduziu de 91% para 71%, em função do aumento das exportações dos demais produtos do complexo e do início da exportação do NFC em 2002, um exemplo da resposta da indústria citrícola às mudanças de

TABELA 2: POSIÇÃO E PARTICIPAÇÃO DO BRASIL NA PRODUÇÃO E EXPORTAÇÃO MUNDIAL DE PRODUTOS AGRÍCOLAS EM 2009

Produto	Produção		Exportação	
	Posição	Participação %	Posição	Participação %
Suco de laranja	1º	56	1º	85
Café	1º	40	1º	32
Carne bovina	2º	16	1º	22
Carne de frango	3º	15	1º	38
Açúcar	1º	22	1º	45
Etanol	2º	35	1º	96
Soja (grão)	2º	27	2º	39
Soja (farelo)	4º	16	2º	25
Soja (óleo)	4º	17	2º	21
Milho	3º	6	2º	9
Carne suína	4º	3	4º	12
Algodão	5º	5	4º	9
Leite	6º	6	7º	1

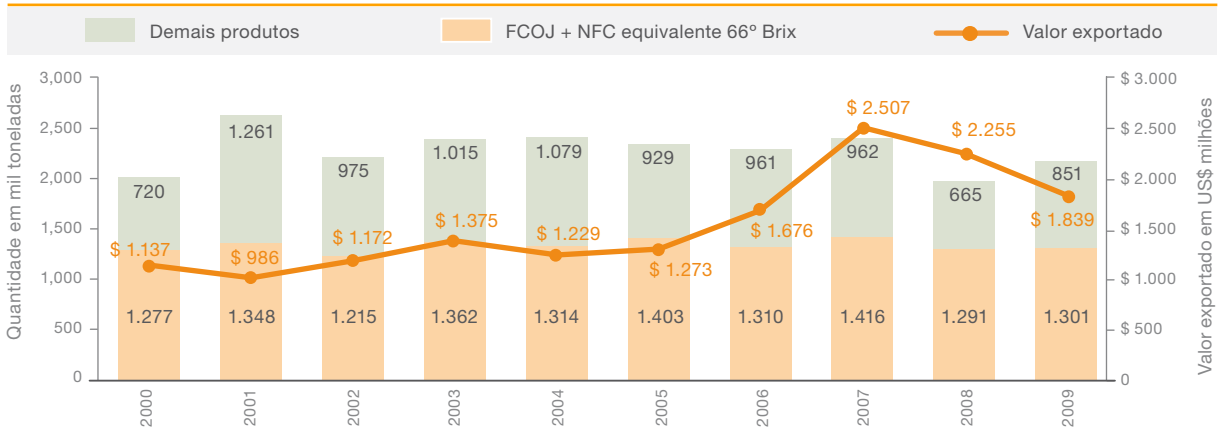
Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de GV Agro e USDA (jan/2010)

hábito do consumidor que agora dá preferência para produtos menos processados e com uma imagem mais natural. Nesse período houve redução de 12% no volume exportado de FCOJ, apesar do aumento no valor financeiro de 26%, que ocorreu por causa da elevação dos preços do suco após os furacões que atingiram a Flórida em 2004 e 2005 e posterior diminuição da produção americana de suco de laranja (Gráfico 3).

Em 2000, foram exportados US$ 85 milhões (7,5% da receita total) em óleos essenciais, d´limoneno, terpenos e farelo de polpa cítrica, sendo eles os subprodutos provenientes da laranja, lima, limão, tangerina e grapefruit. Em 2009, o volume financeiro elevou-se para US$ 241 milhões e a participação na receita para 11,3% (Tabela 4). Enquanto o preço médio de exportação do NFC e do FCOJ foi de, respectivamente, US$ 337/ton. e US$ 1.153/ton., o do óleo essencial de laranja atingiu U$ 1.966/ton., o d´limoneno/terpeno U$ 1.336/ton. e o farelo de polpa cítrica U$ 120/ton.

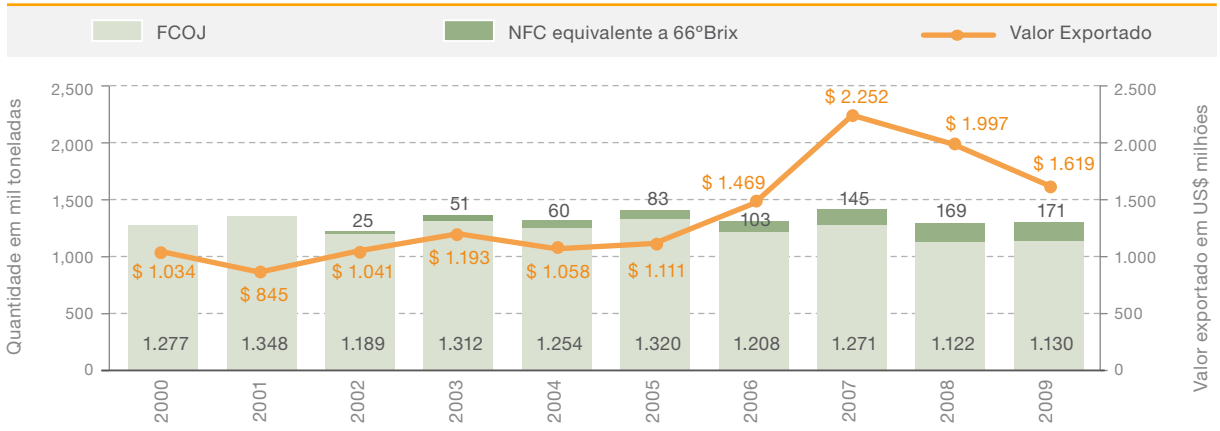
O consumo nacional de frutas cítricas in natura absorve parte significativa da produção brasileira, embora o mesmo não ocorra em relação ao mercado internacional, em que os consumidores têm preferência pelas variedades de laranja de

GRÁFICO 2: QUANTIDADE E VALOR FINANCEIRO DAS EXPORTAÇÕES TOTAIS DO SETOR CITRÍCOLA



Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de Cacex, Banco do Brasil e SECEX/MIDC

GRÁFICO 3: EVOLUÇÃO DA QUANTIDADE E DO VALOR FINANCEIRO DAS EXPORTAÇÕES DE SUCO DE LARANJA



Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de Cacex, Banco do Brasil, Siscomex e SECEX/MIDC

mesa produzidas nas regiões do Mediterrâneo e da Califórnia, seus principais polos exportadores. Esse, porém, não é o único fator. As barreiras fitossanitárias impostas à laranja brasileira também dificultam as exportações nacionais. Além disso, é preciso considerar o aumento de produção de laranja na Espanha e nos países do continente africano. Isso resulta em uma redução das exportações nacionais de fruta in natura. Enquanto em 2001 as exportações de laranja in natura somaram 3,4 milhões de caixas, o equivalente a US$ 27,5 milhões, em 2009 foram exportadas apenas 641 mil caixas, ou US$ 11,3 milhões (Tabela 3). Essa queda expressiva, além de todas as limitações citadas, se dá também em razão da forte expansão das exportações do NFC.

Apesar da queda acentuada nos últimos anos e dos poucos comentários a respeito do fato, o valor financeiro das exportações de citros in natura, (laranja, limão/lima, tangerina e pomelo) equivale a cerca de 60% das exportações de manga ou 45% das de uva. O preço médio das frutas exportadas aumentou da safra 2000/01 para a safra 2009/10. A caixa de laranja in natura de 40,8 kg saiu de US$ 8,00 para US$ 18,00 neste período. A lima ácida tahiti saiu de US$ 11,00/caixa de 27 kg para US$ 21,00/caixa, respectivamente.

TABELA 3: EXPORTAÇÕES DO SETOR CITRÍCOLA

ANO	VALOR FOB	VOLUME		
	Exportações totais do setor citrícola	Produtos processados		Laranja fresca in natura volume exportado
		FCOJ + NFC conv. 66º Brix	Demais produtos e derivados	
	US$ total	tons.	tons.	Caixas 40,8 kg
2000	$ 1.136.536.939	1.276.820	719.537	1.846.685
2001	$ 985.955.684	1.348.196	1.260.641	3.421.150
2002	$ 1.171.943.582	1.214.833	975.382	989.565
2003	$ 1.374.742.812	1.362.331	1.014.696	1.667.050
2004	$ 1.229.337.711	1.314.301	1.079.043	2.210.043
2005	$ 1.272.929.023	1.403.468	929.029	751.326
2006	$ 1.676.319.828	1.310.309	961.471	1.228.934
2007	$ 2.506.795.880	1.415.523	961.577	1.219.331
2008	$ 2.255.379.787	1.291.299	665.213	937.678
2009	$ 1.838.972.527	1.300.554	851.411	641.795

Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de Cacex, Banco do Brasil, Siscomex e SECEX/MIDC

TABELA 4: EXPORTAÇÕES DOS SUBPRODUTOS CÍTRICOS

Ano	Exportações de óleo essencial de laranja			Exportações de Dlimoneno e terpenos cítricos (elaborados a partir de laranja, lima, limão, grape & tangerina)			Exportações de CPP (farelo de polpa cítrica)		
	Volume Exportado	Valor FOB	Preço FOB médio	Volume Exportado	Valor FOB	Preço FOB médio	Volume Exportado	Valor FOB	Preço FOB médio
	Tons.	US$ total	US$/ton.	tons.	US$ total	US$/ton.	tons.	US$ total	US$/ton.
2000	17.564	$ 17.177.408	$ 978	38.728	$ 19.258.197	$ 497	557.703	$ 38.307.811	$ 69
2001	26.550	$ 23.325.167	$ 879	41.360	$ 21.174.548	$ 512	1.020.378	$ 61.925.217	$ 61
2002	20.342	$ 38.911.517	$ 1.913	37.927	$ 26.199.384	$ 691	852.682	$ 54.155.697	$ 64
2003	22.852	$ 63.951.368	$ 2.799	36.010	$ 33.883.928	$ 941	858.721	$ 64.974.786	$ 76
2004	27.153	$ 52.375.678	$ 1.929	39.389	$ 29.293.960	$ 744	889.375	$ 64.308.215	$ 72
2005	31.690	$ 57.521.777	$ 1.815	35.379	$ 29.250.376	$ 827	792.959	$ 59.805.413	$ 75
2006	27.845	$ 61.004.192	$ 2.191	41.670	$ 45.673.217	$ 1.096	801.732	$ 72.629.076	$ 91
2007	31.647	$ 70.585.903	$ 2.230	35.316	$ 49.731.956	$ 1.408	799.712	$ 100.033.511	$ 125
2008	30.078	$ 70.892.995	$ 2.357	36.337	$ 54.344.949	$ 1.496	515.021	$ 90.264.450	$ 175
2009	28.408	$ 55.841.684	$ 1.966	35.926	$ 48.009.626	$ 1.336	721.781	$ 86.676.237	$ 120

Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de Cacex, Banco do Brasil, Siscomex e SECEX/MIDC

FMC FoodTech

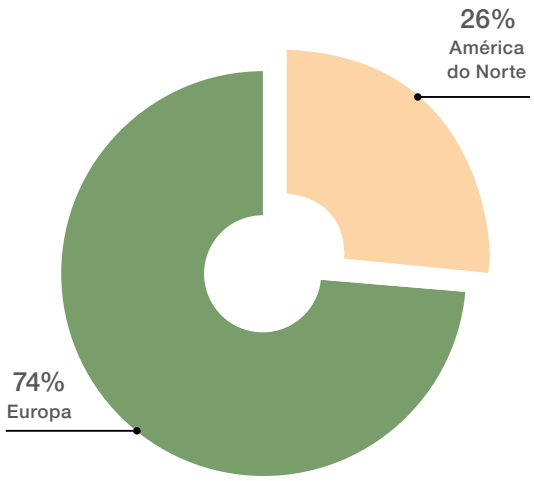
5. Destinos das exportações

A Europa se destaca como principal destino das exportações do suco de laranja brasileiro (Gráfico 4). Na safra 2009/10, 64% da quantidade exportada teve como porta de entrada os Países Baixos, re-exportadores para os demais países europeus. Adicionando as exportações realizadas para os Estados Unidos, esses dois destinos absorvem mais de 90% do suco de laranja brasileiro exportado.

Entretanto, na última década, o Brasil tem conseguido diversificar os mercados em que atua. Na safra 2009/10, o Brasil exportou o suco para 70 países diferentes, dos quais 12 receberam NFC (Tabela 5 e Gráfico 5). Isso demonstrou a capacidade de inovação da indústria ao reorientar as exportações para mercados não saturados, encontrando novos canais para o escoamento da produção nacional.

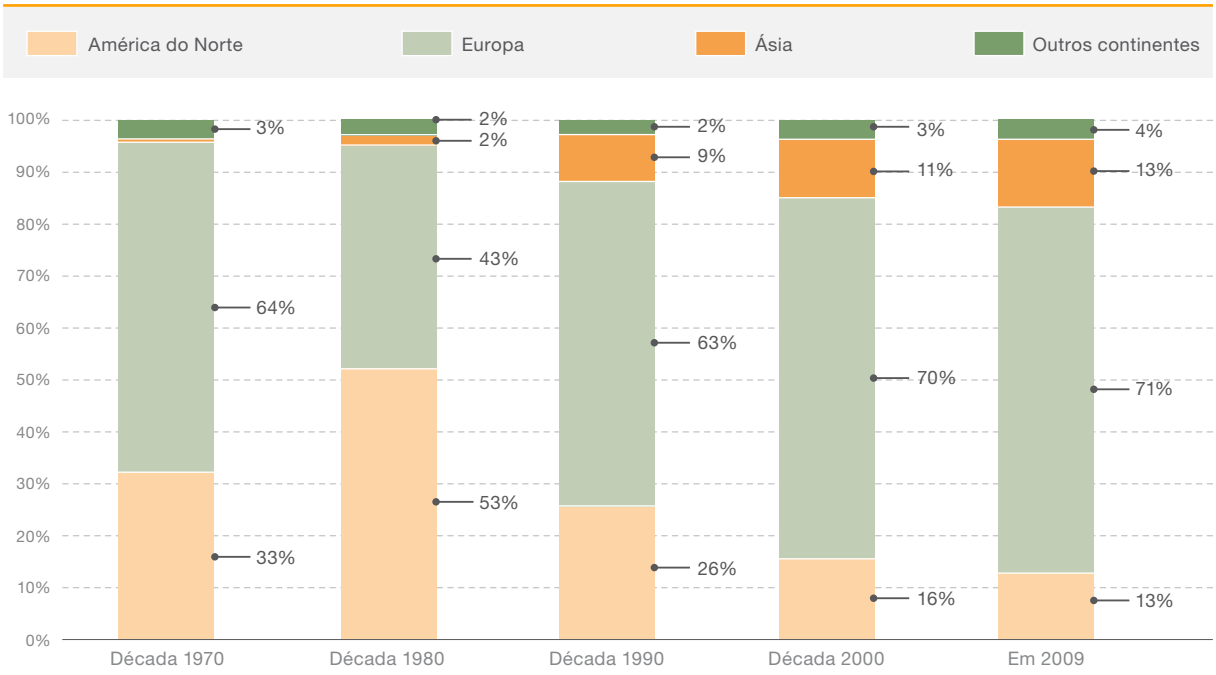
Vale ressaltar que os Estados Unidos têm baixa expressividade na importação de frutas cítricas in natura do Brasil. Cerca de 80% do volume negociado de frutas cítricas no mercado

GRÁFICO 5: DESTINO DO NFC BRASILEIRO NA DÉCADA DE 2000



Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de Cacex, Banco do Brasil, Siscomex e SECEX/MIDC

GRÁFICO 4: DESTINO DO FCOJ BRASILEIRO POR DÉCADA E EM 2009



Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de Cacex, Banco do Brasil, Siscomex e SECEX/MIDC

TABELA 5: PARTICIPAÇÃO POR MERCADO COMPRADOR NO DESTINO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE SUCO DE LARANJA

EXPORTAÇÃO DE FCOJ – SUCO DE LARANJA CONCENTRADO CONGELADO

ANO	AMÉRICA DO NORTE		EUROPA		ÁSIA		OUTROS CONTINENTES		TOTAL
	Tons Brix Original	Partici-pação	Tons Brix Original	Partici-pação	Tons Brix Original	Partici-pação	Tons Brix Original	Partici-pação	Tons Brix Original 66º Brix
2000	261.356	20%	848.589	66%	122.715	10%	44.159	3%	1.276.820
2001	190.008	14%	973.673	72%	137.613	10%	46.901	3%	1.348.196
2002	194.872	16%	847.686	71%	119.843	10%	27.061	2%	1.189.463
2003	228.953	17%	913.515	70%	141.238	11%	27.975	2%	1.311.682
2004	147.143	12%	928.820	74%	142.948	11%	35.445	3%	1.254.355
2005	204.360	15%	895.715	68%	185.778	14%	34.474	3%	1.320.328
2006	183.541	15%	831.750	69%	153.827	13%	38.584	3%	1.207.701
2007	252.434	20%	844.820	66%	142.085	11%	31.588	2%	1.270.927
2008	159.254	14%	807.757	72%	114.430	10%	40.387	4%	1.121.829
2009	141.505	13%	797.819	71%	150.213	13%	40.210	4%	1.129.747

EXPORTAÇÃO DE NFC – SUCO DE LARANJA NÃO CONCENTRADO

ANO	AMÉRICA DO NORTE		EUROPA		ÁSIA		OUTROS CONTINENTES		TOTAL
	Tons Brix Original	Partici-pação	Tons Brix Original	Partici-pação	Tons Brix Original	Partici-pação	Tons Brix Original	Partici-pação	Tons Brix Original
2002	29.644	21%	109.437	78%	1	0,0%	450	0,3%	139.532
2003	73.564	26%	204.610	73%	1	0,0%	397	0,1%	278.572
2004	78.630	24%	245.630	75%	214	0,1%	5.229	1,6%	329.703
2005	83.033	18%	371.000	81%	156	0,0%	3.083	0,7%	457.272
2006	134.478	24%	428.134	76%	767	0,1%	962	0,2%	564.341
2007	256.590	32%	536.831	68%	1.292	0,2%	565	0,1%	795.278
2008	206.670	22%	722.581	78%	2.156	0,2%	679	0,1%	932.086
2009	280.112	30%	658.062	70%	666	0,1%	601	0,1%	939.442

Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de Cacex, Banco do Brasil, Siscomex e SECEX/MIDC

TABELA 6: PARTICIPAÇÃO DO FCOJ E NFC NAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE SUCO DE LARANJA

ANO	FCOJ		NFC equivalente a 66°Brix		TOTAL	
	Tons 66°Brix	Participação	Tons 66°Brix	Participação	Tons 66°Brix	Participação
2000	1.276.820	100%	-	0%	1.276.820	100%
2001	1.348.196	100%	-	0%	1.348.196	100%
2002	1.189.463	98%	25.369	2%	1.214.833	100%
2003	1.311.682	96%	50.650	4%	1.362.331	100%
2004	1.254.355	95%	59.946	5%	1.314.301	100%
2005	1.320.328	94%	83.140	6%	1.403.468	100%
2006	1.207.701	92%	102.607	8%	1.310.309	100%
2007	1.270.927	90%	144.596	10%	1.415.523	100%
2008	1.121.829	87%	169.470	13%	1.291.299	100%
2009	1.129.747	87%	170.808	13%	1.300.554	100%

Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de Cacex, Banco do Brasil, Siscomex e SECEX/MIDC

internacional tem como destino a Europa. Entretanto, Arábia Saudita e Emirados Árabes, começam a ganhar importância como mercados destinatários. Juntos compraram 8% do volume exportado pelo Brasil na safra 2009/10.

Se o velho continente é tido como um tradicional cliente brasileiro, países do Oriente Médio, em função do poder aquisitivo e do hábito da população de não consumir bebidas alcoólicas; e da Ásia, pela elevada população, representam potenciais mercados para o crescimento do consumo de produtos citrícolas. Embora a maior parte dos países dessas regiões consuma atualmente suco bastante diluído, na forma de refresco.

6. Barreiras tarifárias

O suco de laranja brasileiro depara-se com barreiras tarifárias que diminuem a sua competitividade no mercado internacional. Para entrar na Europa, o suco brasileiro é tarifado em 12,2% do valor exportado (Tabela 7). Em contrapartida, são isentos de tarifa sucos provenientes do Caribe, norte da África e México[1]. Nos Estados Unidos, a tarifa paga pelo FCOJ é de US$ 415/ton (Tabela 7), o que implica em custos adicionais para os consumidores americanos. Já o NFC é tarifado em US$ 42/ton. São isentas de tarifas as importações provenientes da América Central, México e Caribe. Outros países que também impõem tarifas ao suco de laranja brasileiro são: Japão, Coréia do Sul, China e Austrália.

Com exceção dos Estados Unidos, cujo tributo é um valor fixo sobre o volume, os demais países consideram o valor financeiro de venda. Assim, quanto maior o preço do suco de laranja, maior será a tarifa alfandegária paga pelo Brasil. Essa dinâmica potencializa o efeito de subida de preço do produto na gôndola do supermercado, diminuindo a competitividade do sabor laranja em relação aos sucos de outras frutas, como a maçã, pera, framboesa e morango, que em grande parte são produzidas nas próprias regiões onde são consumidas, sendo, portanto, isentas de barreiras tarifárias em seus mercados.

Em 2009, as exportações brasileiras de suco de laranja foram tarifadas em cerca de US$ 260,4

TABELA 7: VALOR DOS IMPOSTOS DE IMPORTAÇÃO PARA O SUCO DE LARANJA BRASILEIRO E ESTIMATIVA DO VALOR PAGO EM 2009 PELO SETOR CITRÍCOLA

País/Região	Alíquota do Impostos de Importação	Volume Exportado em 2009 (t)		Estimativa do imposto de importação pago em 2009*	% do valor financeiro de tarifas pagas pelo Brasil em 2009 ao país importador
		FCOJ	NFC	(em milhões de US$)	%
Europa	12,20%	797.819	658.062	US$ 166,7	64%
Estados Unidos	FCOJ: US$ 415/ton	106.505	258.112	US$ 55,0	21%
	NFC: US$ 42/ton				
Japão	25,50%	71.351	-	US$ 23,7	9%
Coreia do Sul	54%	12.241	-	US$ 8,6	3%
China	7,5% para o suco abaixo de -18ºC e 30% para sucos na temperatura acima de -18ºC	48.900	-	US$ 4,8	2%
Austrália	5%	26.220	-	US$ 1,7	1%
Outros destinos	Isentos	66.712	22.000	Isentos	-
Total	-	**1.129.748**	**938.174**	**$260,4**	**100%**

Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de dados do SECEX
O México tem isenção até alcançar o volume de 30 mil toneladas por ano. No entanto, as exportações mexicanas atuais para a Europa não atingem essa quantidade ficando, portanto, isentas de tributação.
** Preço médio de venda considerado para o cálculo de FCOJ: US$ 1.300,00 e NFC: US$ 500,00*

milhões, equivalente a R$ 518,3 milhões (Tabela 7). Comparativamente, o valor pago é de quase R$ 1,90 por caixa processada no cinturão citrícola ou R$ 3.219,00 por trabalhador envolvido no cultivo e processamento de laranja, considerando os trabalhadores fixos e temporários na safra 2009/10. A eliminação dessas elevadas tarifas poderia trazer uma melhor remuneração para toda a cadeia produtiva, em função dos recursos externos que entrariam a mais no país ou pela possibilidade de aumento da demanda no mercado internacional com a diminuição do custo final do produto para o consumidor.

7. Barreiras fitossanitárias e exigências técnicas

Os principais mercados de destino dos produtos citrícolas, Europa e Estados Unidos, são países com legislação de mercado diferenciada. Os exportadores brasileiros precisam atender a uma série de exigências que envolvem questões fitossanitárias, de embalagem, consistência na qualidade do produto e regularidade na entrega.

A União Europeia exige o respeito à legislação local e a conformidade com o Codex Alimentarius, uma coletânea de normas aceitas mundialmente acerca da produção de alimentos e segurança alimentar. Deve ser respeitada também a legislação do mercado exportador, abordando as leis gerais de exportação de alimentos, as específicas para suco de frutas, presença de contaminantes, pesticidas, e exigências quanto às certificações, principalmente dos orgânicos.

Além das barreiras tarifárias, o setor enfrenta exigências técnicas dos países importadores que encarecem o fornecimento de suco de laranja e são verdadeiras barreiras não tarifárias. Na União Europeia, por exemplo, a lista de defensivos aceitos difere em relação em relação à do Brasil em vários produtos cruciais para a produção citrícola.

Na China, ocorre diferenciação das tarifas de importação de acordo com a temperatura do suco: 7,5% para o suco abaixo de -18ºC e 30% para sucos acima desta temperatura. Esta é uma barreira tarifária que encarece o valor final do suco de laranja para o consumidor chinês, uma vez que desestimula a adoção de sistema a granel (transportado a temperaturas entre -8º C e -10º C) cujo custo logístico é muito mais competitivo do que do suco transportado em tambores. Também na China, os níveis máximos de contaminação microbiológica são 25 vezes mais rigorosos que os da Europa e até 50 vezes acima dos níveis aceitáveis no mercado norte-americano.

Entretanto, apesar da reconhecida competitividade da cadeia citrícola nacional, essas exigências e seus diferentes graus de tolerância, que variam conforme as perspectivas de oferta e demanda, acabam por restringir as exportações. Na citricultura, algumas das barreiras não tarifárias que dificultam a entrada de frutas in natura na União Europeia são: aplicação de restrições fitossanitárias para a pinta preta e cancro cítrico e a imposição de limites máximos para resíduos de pesticidas. Os Estados Unidos proíbem as importações das frutas cítricas produzidas em qualquer parte do Brasil em função da mosca do mediterrâneo.

Os exportadores brasileiros estão permanentemente atentos às preferências de seus mercados importadores. No caso da Europa, principal mercado do suco brasileiro, as principais exigências dos importadores europeus são em relação a segurança (saúde do consumidor, níveis de contaminantes, resíduos de pesticidas), qualidade (apelo sensorial e compliance com especificações técnicas), autenticidade (adulteração, compliance com legislação), rastreabilidade (identidade do produto na cadeia de sucos de frutas, facilidade para encontrar origem de possíveis problemas), e a percepção dos consumidores (imagem do produto, origem). Quanto aos requerimentos legais, deve-se observar a legislação local, o Codex alimentarius, a

MACGREGOR

legislação do mercado exportador (legislação sobre alimentos, sucos, contaminantes, aditivos, pesticidas, alergênicos, orgânicos).

O suco de laranja encontrado pelos consumidores nas gôndolas dos supermercados difere bastante para atender aos hábitos de consumo de cada mercado (preferência por suco mais diluído, mais amargo, etc.) e dos consumidores individuais (suco com polpa, sem polpa, com açúcar adicionado, etc.). Entretanto, a indústria brasileira deve entregar aos seus clientes europeus um produto "homogêneo" e estritamente de acordo com as especificações técnicas, para que sejam produzidos os blendings e adaptações nos mercados consumidores, representando um grande custo para a indústria e, consequentemente para a cadeia produtiva no Brasil.

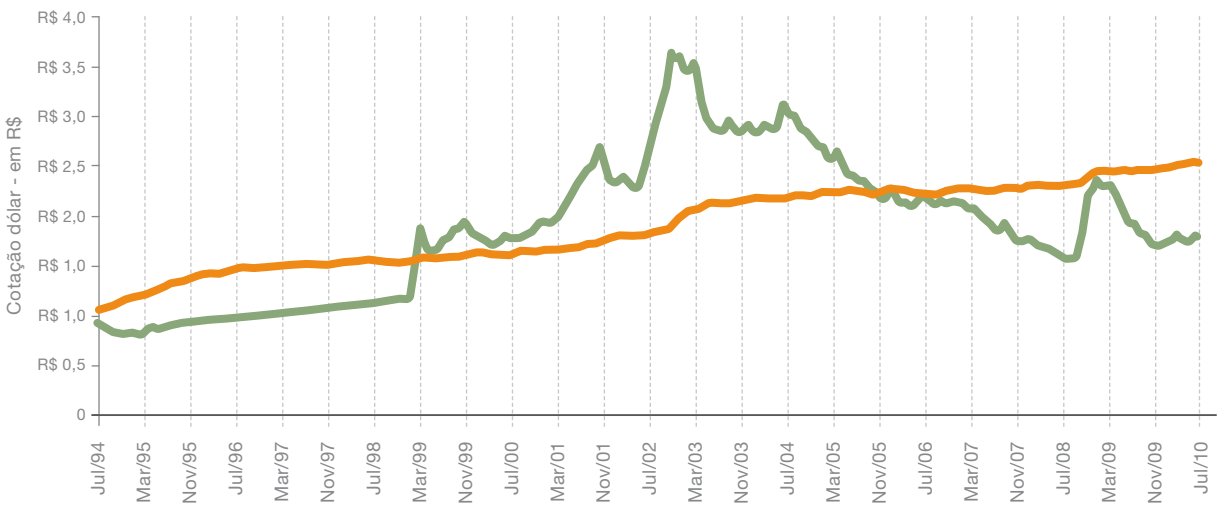
8. Taxa de câmbio

A taxa de câmbio real, ajustada pela inflação[1] do Brasil e dos Estados Unidos, procura refletir o poder de compra da moeda nacional diante do dólar, bem como a competitividade do país no mercado internacional. Uma taxa de câmbio nominal desvalorizada em relação ao câmbio real, a exemplo do que ocorreu do final de 1998 ao início de 2005, estimula as exportações (Gráfico 6).

Em contrapartida, uma taxa de câmbio nominal valorizada gera menos receita em reais ao país, como é possível observar nas exportações brasileiras de suco de laranja de 2006 a 2009 (Gráfico 6). Nesse período, a receita obtida foi de, aproximadamente, US$ 8,3 bilhões, o equivalente a R$ 16,3 bilhões, considerando o câmbio nominal (R$ 1,99/US$). Caso fosse utilizado o câmbio real (R$ 2,32/US$), o valor seria de R$ 19,1 bilhões, uma diferença de R$ 2,8 bilhões a mais de receita no período de 2006 a 2009, aproximadamente R$ 706 milhões ao ano, ou R$ 2,30 por caixa de laranja processada pela indústria (Gráfico 7).

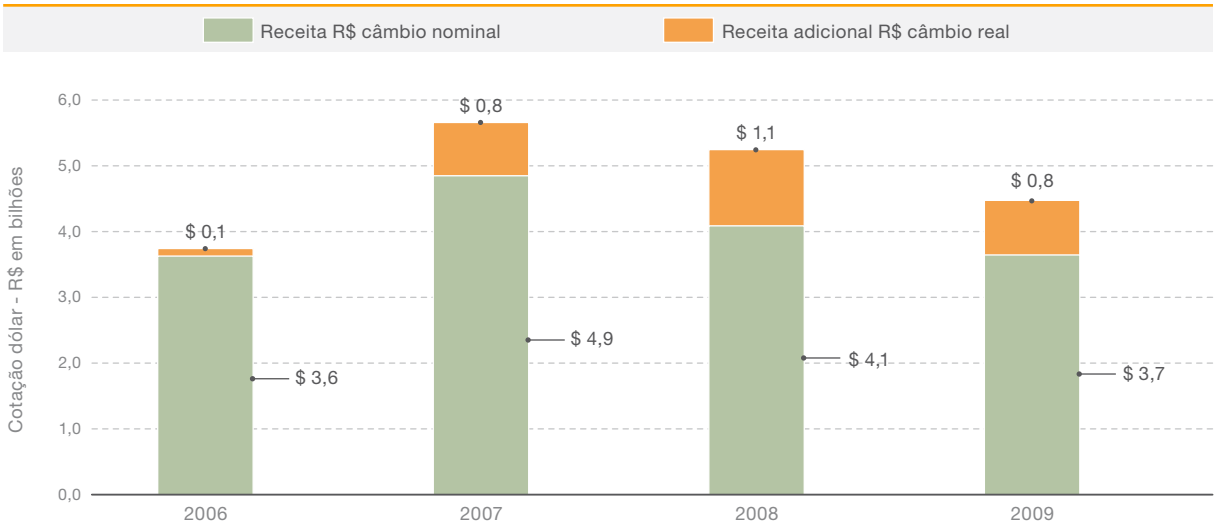
Se por um lado a desvalorização do dólar tem prejudicado a receita em reais do exportador brasileiro de suco de laranja, por outro lado,

GRÁFICO 6: CÂMBIO NOMINAL VERSUS CÂMBIO REAL



Fontes: Elaborado por Markestrat, a partir de BACEN.
[1]Índices utilizados pelo BACEN: INPC para o Brasil e IPC externos para os Estados Unidos

GRÁFICO 7: ESTIMATIVA DE RECEITA DE EXPORTAÇÃO DO SETOR CITRÍCOLA: CÂMBIO NOMINAL E CÂMBIO REAL



Fontes: Elaborado por Markestrat, a partir de dados do BACEN.

ela tem beneficiado o importador europeu. A valorização do euro em relação ao dólar aumenta o seu poder de compra, de forma que a commodity fique relativamente mais barata. Isso aliado à estabilidade do preço do suco de laranja nas gôndolas dos supermercados permitiu uma transferência de renda dos primeiros elos da cadeia produtiva, localizados no Brasil, para os elos finais localizados na Europa.

Apesar do câmbio desfavorável ao exportador, o setor citrícola manteve-se firme nas exportações do seu complexo de produtos em função da importância do Brasil como fornecedor mundial, principalmente do suco de laranja. Muitos outros setores da indústria brasileira, como o calçadista, tiveram maiores dificuldades em resistir à pressão da valorização do real.

Enfim, a taxa de câmbio hoje é um dos principais penalizadores e extratores de valor da cadeia produtiva.

MAPEAMENTO DA PRODUÇÃO CÍTRICOLA

9. Evolução da produção mundial de laranja

A área plantada de citros no mundo tem evoluído. Nos últimos seis anos o crescimento foi de quase 17%, chegando a aproximadamente 7,63 milhões de hectares (Gráfico 8).

A área de citros é a segunda maior em relação às outras frutas, perdendo apenas para a produção de banana (10,2 milhões de ha). Entre os produtos cítricos, a área de laranja representa cerca de 55%, o que consolida essa cultura como a principal na citricultura (Tabela 8). Entretanto, esse percentual já foi maior, em 1979 era de 65%. Nos polos citrícolas da Califórnia, do Mediterrâneo e da Ásia, ano após ano, a laranja vem perdendo espaço em relação aos outros cítricos, principalmente para as tangerinas e mandarinas que, em função da facilidade de serem descascadas e consumidas, tornaram-se mais valorizadas pelos consumidores de fruta in natura. No mundo, dados dos últimos dez anos mostram que o crescimento da área de laranja foi de 13%, enquanto a de tangerina aumentou em 30%.

A liderança brasileira na produção de laranja iniciou-se na safra 1981/82, quando a produção nacional superou a americana, após uma sequência de geadas que atingiu a Flórida, principal região produtora de laranja nos Estados Unidos. Desde então, a produção brasileira praticamente dobrou e os Estados Unidos se mantiveram como o segundo maior produtor de laranja, mas a cada ano perdem produção e, atualmente, têm menos da metade da produção brasileira. Na sequência, vêm China, Índia, México, Egito, Espanha, Indonésia Irã e Paquistão que juntos produzem praticamente o mesmo volume da produção brasileira e americana somadas. Em seguida, vêm outros 111 países produzindo em conjunto praticamente o mesmo que o Brasil produz sozinho (Gráfico 9).

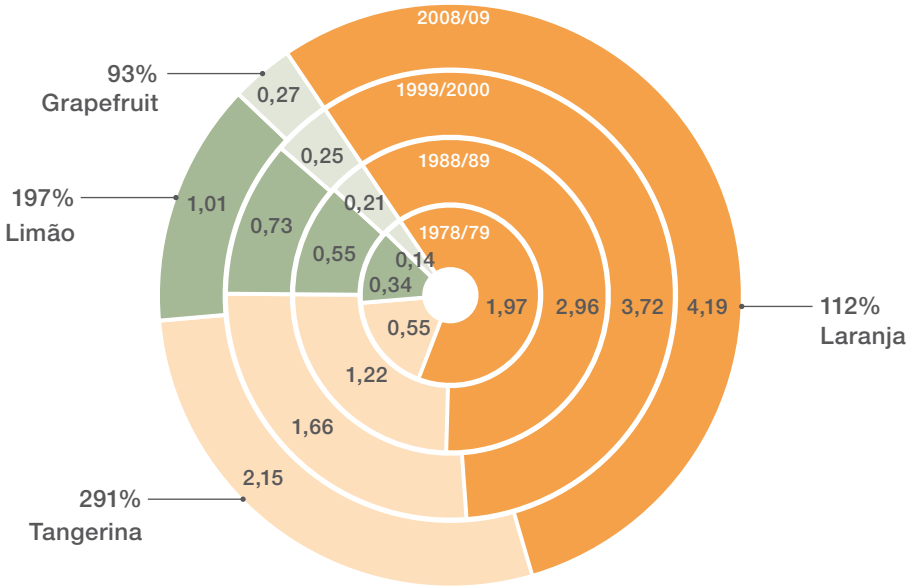
TABELA 8: QUADRO COMPARATIVO ENTRE O BRASIL E O MUNDO EM

CULTURA	AREA PLANTADA (mil hectares)							
	MUNDO		BRASIL		Participação do Brasil em relação ao mundo		MUNDO	
	1998/99	2008/09	1998/99	2008/09	1998/99	2008/09	1998/99	2008/09
1 Cana-de-açúcar	19.318	24.375	4.986	8.140	26%	33%	1.275.520	1.743.093
2 Milho	139.854	162.059	10.585	14.445	8%	9%	624.413	831.895
3 Trigo	222.846	226.024	1.409	2.364	1%	1%	596.633	691.863
4 Arroz	151.696	158.955	3.062	2.851	2%	2%	579.187	685.013
5 Frutas	49.984	56.214	2.319	2.256	5%	4%	475.403	646.450
5.1 Banana	8.994	10.208	518	513	6%	5%	92.158	125.049
5.2 Citros	6.352	7.622	1.123	936	18%	12%	87.482	112.819
- Laranja	3.720	4.189	1.019	837	27%	20%	56.465	69.021
- Tangerina	1.655	2.154	57	54	3%	3%	15.713	25.442
- Limão/Lima	730	1.013	46	44	6%	4%	10.746	13.439
- Grapefruit	248	265	2	2	1%	1%	4.557	4.917
5.3 Melancia	2.790	3.753	77	88	3%	2%	60.588	99.194
5.4 Maçã	5.783	4.848	26	38	0,1%	1%	56.654	69.604
5.5 Uva	7.215	7.408	61	80	1%	1%	57.033	67.709
5.6 Outras frutas	18.851	22.375	513	601	3%	3%	121.489	172.075
6 Soja	70.982	96.870	13.304	21.057	19%	22%	160.135	230.953
7 Café verde	10.060	9.722	2.082	2.170	21%	22%	6.647	8.235
8 Outros	479.877	515.494	10.172	14.377	2%	3%	1.993.873	2.432.346
TOTAL	**1.144.617**	**1.249.714**	**47.919**	**67.660**	**4%**	**5%**	**5.711.811**	**7.269.847**

Fontes: USDA, FAO, IBGE, CONAB, CitrusBR

GRÁFICO 8: EVOLUÇÃO DA ÁREA CULTIVADA COM CITROS NO MUNDO

Crescimento no período de 1978/79 e 2008/09 (área de citros em milhões de hectares)

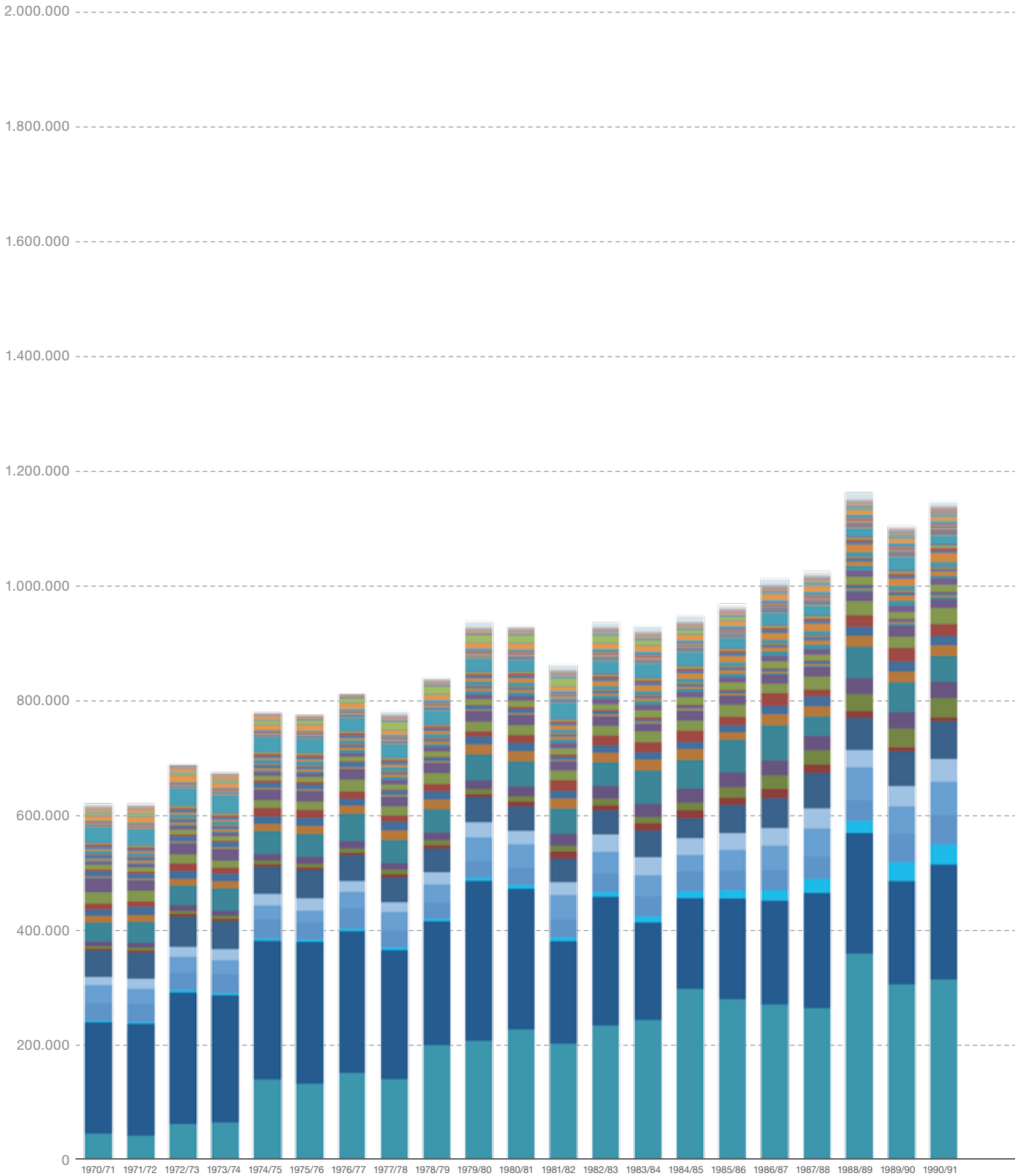


Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de dados da FAO, USDA e CitrusBR.

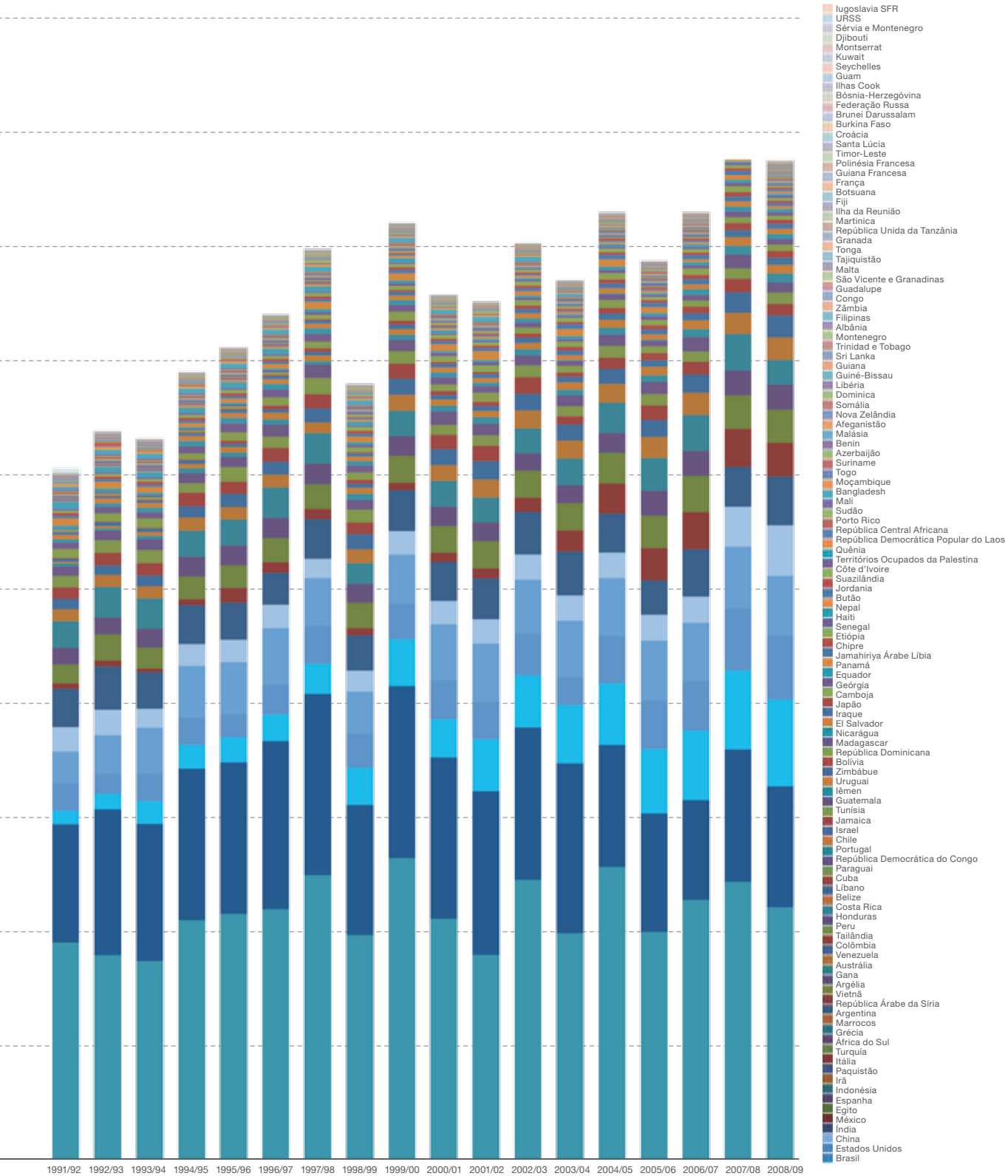
TAMANHO DE ÁREA, PRODUÇÃO E PRODUTIVIDADE DE CULTURAS SELECIONADAS

PRODUÇÃO (mil toneladas)				PRODUTIVIDADE (Quilogramas/hectare)					
BRASIL		Participação do Brasil em relação ao mundo		MUNDO		BRASIL		Participação do Brasil em relação ao mundo	
1998/99	2008/09	1998/99	2008/09	1998/99	2008/09	1998/99	2008/09	1998/99	2008/09
345.255	645.300	27%	37%	66.028	71.510	69.247	79.274	5%	11%
29.602	58.933	5%	7%	4.465	5.133	2.796	4.080	-37%	-21%
2.270	6.027	0%	1%	2.677	3.061	1.611	2.550	-40%	-17%
7.716	12.061	1%	2%	3.818	4.309	2.520	4.231	-34%	-2%
37.998	40.192	8%	6%	9.511	11.500	16.389	17.813	72%	55%
7.119	6.998	8%	6%	10.247	12.250	13.732	13.639	34%	11%
19.463	19.807	22%	18%	13.773	14.802	17.333	21.152	26%	43%
18.360	17.422	33%	25%	15.180	16.477	18.025	20.825	19%	26%
625	1.273	4%	5%	9.496	11.810	11.063	23.621	17%	100%
428	1.040	4%	8%	14.729	13.262	9.338	23.678	-37%	79%
50	72	1%	1%	18.405	18.523	25.000	36.000	36%	94%
1.796	1.995	3%	2%	21.714	26.434	23.315	22.624	7%	-14%
791	1.124	1%	2%	9.797	14.358	30.072	29.527	207%	106%
772	1.421	1%	2%	7.905	9.140	12.709	17.780	61%	95%
8.057	8.846	7%	5%	6.445	7.690	15.701	14.728	144%	92%
31.307	59.242	20%	26%	2.256	2.384	2.353	2.813	4%	18%
2.164	2.760	33%	34%	661	847	1.040	1.272	57%	50%
8.883	16.926	0,1%	1%	4.155	4.718	873	1.177	-79%	-75%
465.196	**841.442**	**8%**	**12%**	**4.990**	**5.817**	**9.708**	**12.436**	**95%**	**114%**

GRÁFICO 9: EVOLUÇÃO DA PRODUÇÃO MUNDIAL DE LARANJA



Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de USDA, FAO, IBGE, CONAB e CitrusBR


1991/92
1992/93
1993/94
1994/95
1995/96
1996/97
1997/98
1998/99
1999/00
2000/01
2001/02
2002/03
2003/04
2004/05
2005/06
2006/07
2007/08
2008/09
Iugoslavia SFR
URSS
Sérvia e Montenegro
Djibouti
Montserrat
Kuwait
Seychelles
Guam
Ilhas Cook
Bósnia-Herzegóvina
Federação Russa
Brunei Darussalam
Burkina Faso
Croácia
Santa Lúcia
Timor-Leste
Polinésia Francesa
Guiana Francesa
França
Botsuana
Fiji
Ilha da Reunião
Martinica
República Unida da Tanzânia
Granada
Tonga
Tajiquistão
Malta
São Vicente e Granadinas
Guadalupe
Congo
Zâmbia
Filipinas
Albânia
Montenegro
Trinidad e Tobago
Sri Lanka
Guiana
Guiné-Bissau
Libéria
Dominica
Somália
Nova Zelândia
Afeganistão
Malásia
Benin
Azerbaijão
Suriname
Togo
Moçambique
Bangladesh
Mali
Sudão
Porto Rico
República Central Africana
República Democrática Popular do Laos
Quênia
Territórios Ocupados da Palestina
Côte d'Ivoire
Suazilândia
Jordania
Butão
Nepal
Haiti
Senegal
Etiópia
Chipre
Jamahiriya Árabe Líbia
Panamá
Equador
Geórgia
Camboja
Japão
Iraque
El Salvador
Nicarágua
Madagascar
República Dominicana
Bolívia
Zimbábue
Uruguai
Iêmen
Guatemala
Tunísia
Jamaica
Israel
Chile
Portugal
República Democrática do Congo
Paraguai
Cuba
Líbano
Belize
Costa Rica
Honduras
Peru
Tailândia
Colômbia
Venezuela
Austrália
Gana
Argélia
Vietnã
República Árabe da Síria
Argentina
Marrocos
Grécia
África do Sul
Turquía
Itália
Paquistão
Irã
Indonésia
Espanha
Egito
México
Índia
China
Estados Unidos
Brasil

10. Evolução da produção brasileira de laranja

O cultivo de laranja está presente em todos os Estados brasileiros. Com mais de 800 mil ha, a laranja é a fruta mais plantada no país. Comparativamente, os pomares de laranja ocupam uma área 20 vezes maior do que os pomares de maçã, 10 vezes superior aos de manga e às plantações de uva e quase o dobro das terras destinadas ao cultivo de banana. Os pomares de laranja estão aumentando fora de São Paulo, Estado que detém 70% da área plantada.

A área da citricultura da Bahia e de Sergipe quase dobrou de tamanho desde o início da década de 1990, quando tinha 7% da área de laranja no Brasil e hoje, com este aumento, já possui 13% da área nacional. Nesse mesmo período, a área do Paraná quadruplicou, Alagoas cresceu sete vezes e outros Estados como Goiás, Pará, Amapá e Acre dobraram o plantio. A produção nesses Estados menos tradicionais no cultivo de citros destina-se majoritariamente ao mercado interno de fruta in natura, cuja demanda é crescente em função da elevação do poder aquisitivo da população brasileira. A capacidade destes novos cinturões citrícolas do Nordeste e Sul do país em suprir cada vez mais a demanda de laranja in natura consumida pela população do Norte, Nordeste e Centro-Oeste do Brasil contribuiu na última década com a queda da oferta da fruta in natura em São Paulo, que passou de 80milhões a 100 milhões de caixas para 30 milhões a 40 milhões de caixas por ano.

Embora tenha havido crescimento da área de laranja nessas regiões, a área total do Brasil diminuiu em cerca de 8% desde o início da década de 1990. Esse encolhimento não foi acompanhado de uma diminuição na quantidade de caixas colhidas, pelo contrário, houve um aumento de 22%. Essa inversão é o resultado de um impressionante ganho em produtividade. A média nacional de 380 caixas por hectare, em 1990, saltou neste ano para 475 caixas por hectare. Se a citricultura de hoje fosse a mesma que existia há 20 anos, seriam necessários cerca de 280 mil hectares a mais para atingir a produção atual.

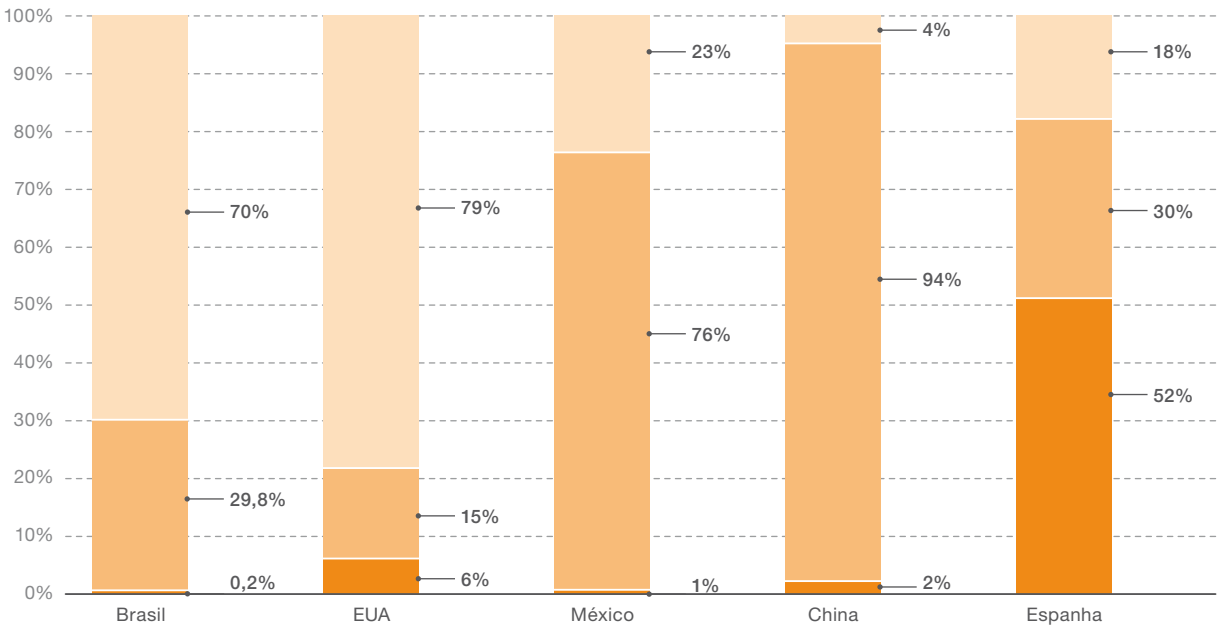
11. Especialidade dos principais países produtores

Os principais produtores mundiais de citros têm destinos diferentes para a produção, compondo um mix entre processamento industrial (produção de suco), consumo doméstico de fruta in natura e exportação de fruta in natura. O Brasil, maior produtor mundial de laranja, destina 70% de sua produção para processamento industrial, sendo que São Paulo e o Triângulo Mineiro destinam 86% de suas produções para esse mercado. Para se ter uma ideia da importância da indústria processadora para essas duas regiões brasileiras, basta observar que, no Brasil, nenhuma outra fruta é produzida para fins industriais em volume semelhante à produção de laranja.

Os Estados Unidos têm grande semelhança com o Brasil no destino da produção. Cerca de 78% das suas frutas vão para processamento, sendo que a produção na Flórida é praticamente toda voltada para suco, atingindo o índice de 96%. O México tem foco na produção de fruta fresca e apresenta uma produção pequena de suco de laranja, cerca de 60 mil toneladas por ano, das quais 50 mil são exportadas para os Estados Unidos e dez mil para a Europa. A China possui foco no fornecimento de frutas para consumo in natura, destino de 93% da produção, mas recebeu investimentos privados e governamentais que deverão impulsionar a produção de suco nos próximos anos. A Espanha destaca-se pelas exportações de fruta fresca de alto valor agregado por produzir frutos sem sementes com excelente cor e aparência externa, porém, com alta acidez e baixo conteúdo de suco (Gráfico 10).

A quantidade de caixas de laranja necessárias para a produção de uma tonelada de FCOJ a 66º Brix é um fator determinante no estabelecimento da vocação de uma região citrícola. Esse indicador,

GRÁFICO 10: DESTINO DA LARANJA NOS PRINCIPAIS PAÍSES PRODUTORES NA SAFRA 2008/09



Fonte: Elaborado por Markestrat, a partir de dados do departamento de agricultura da Espanha, FAO, USDA e IBGE.

chamado de rendimento industrial, é o que determinará a atratividade da produção desta região para fabricação de suco de laranja.

Na safra 2009/10, o melhor rendimento industrial foi alcançado na Flórida, onde foram necessárias 226 caixas para produzir uma tonelada de FCOJ. No cinturão citrícola brasileiro, localizado em São Paulo e Triângulo Mineiro, foram necessárias 257 caixas. Nos Estados da Bahia, do Sergipe, do Paraná e do Rio Grande do Sul foram necessárias 264 caixas. Na China foram 324 caixas, na Zona do Mediterrâneo 328 caixas e no Arizona, Califórnia e Texas 353 caixas. O pior rendimento foi o da Turquia, com 481 caixas por tonelada de suco.

A fruta com um maior conteúdo de suco, característica proveniente de vários fatores dos quais a maior parte não são controlados pelo homem, é o que tem mantido São Paulo e Flórida, por décadas, líderes na produção de suco de laranja, enquanto os demais polos citrícolas tiveram que se especializar na produção e embalagem da laranja in natura. Esse fato também faz com que a caixa de laranja produzida na Florida tenha uma eficiência 14% melhor na produção de suco de laranja do que uma mesma caixa de laranja produzida em São Paulo.

Esse rendimento superior foi importante para que a laranja produzida na Flórida tivesse vantagens competitivas ímpares. Outros fatores que aumentam a competitividade americana são a proximidade do parque citrícola e industrial da Flórida em relação ao consumidor americano, o acesso direto do produtor floridiano ao crédito barato no mercado financeiro (tornando desnecessária a realização de adiantamentos de pagamento por parte da indústria para o financiamento do capital de giro da safra), a ausência cambial na moeda, a não incidência de impostos de importação na produção local (da ordem de U$ 415 por tonelada de FCOJ) e o resultado de décadas de investimentos em marketing para convencer o consumidor americano de que o suco de laranja “produzido 100% na Flórida” é um produto de melhor qualidade, o que justificaria preços mais elevados.

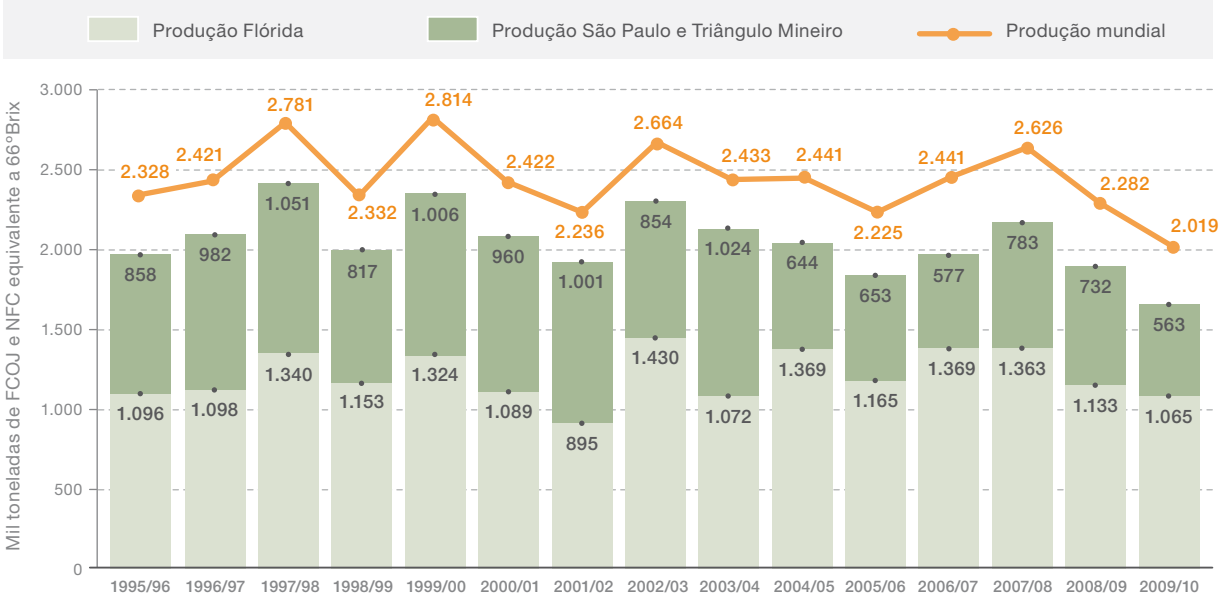
12. Produção de suco de laranja

Nas últimas 15 safras, de 1995/96 a 2009/10, a queda na produção mundial de suco foi de 13% (equivalentes a 308 mil toneladas), sendo que as maiores reduções aconteceram na Flórida em 295 mil toneladas e no cinturão citrícola de São Paulo e Triângulo Mineiro em 31 mil toneladas (Gráfico 11). Embora tenham diminuído, essas regiões continuam liderando a produção mundial de suco de laranja, com 81% de toda a produção.

Nos Estados do Paraná, da Bahia, do Sergipe, do Rio Grande do Sul, do Pará, de Goiás e do Rio de Janeiro o mercado de fruta fresca absorve 77% da produção destas regiões. No entanto, dependendo da valorização do preço do suco, estes Estados brasileiros, assim como outros países de menor importância na produção de suco, como África do Sul, China, Espanha, Grécia, Itália, Índia, México, Paquistão e Turquia entre outros passam a processar mais laranja e juntos chegam a produzir 150 mil toneladas de suco concentrado a mais do que normalmente produzem (Gráfico 12). O aumento da oferta de suco proveniente destas regiões tende a pressionar os preços para baixo. Porém, a maior influência no preço do lado da oferta vem das oscilações de produção, estoques e disponibilidade de suco do Brasil, Estados Unidos, e zona do Mediterrâneo, que juntos respondem por 96% do suco de laranja que é produzido no mundo. Assim, São Paulo, apesar de ter metade da produção mundial, sofre influência desses outros países e regiões, cujas produções somadas são tão expressivas quanto a produção paulista, dificultando às empresas brasileiras estabelecerem preços mundiais.

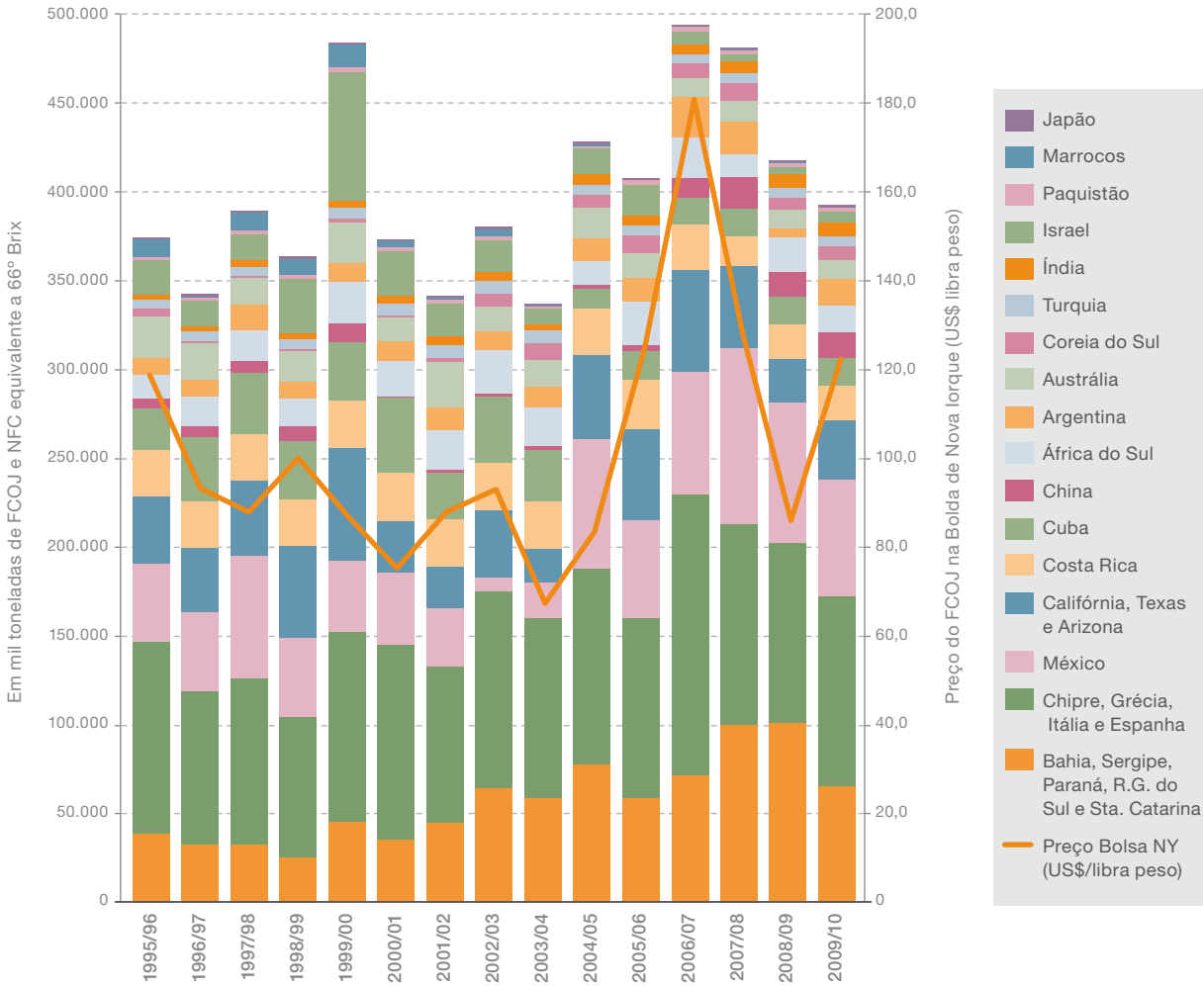
O suco de laranja originário do Brasil é conhecido por sua elevada qualidade. O Brasil é o maior produtor e exportador, detendo 53% da produção mundial (Tabela 11) e exportando aproximadamente 98% dessa produção. O tipo de suco produzido é ditado pelo comportamento do consumidor em mercados de mais alto poder aquisitivo, que nos últimos anos passou a preferir o NFC ao FCOJ, por ser um produto de paladar mais agradável, com sabor mais aproximado ao do suco espremido na hora e por possuir uma imagem de mais saudável. As primeiras produções de NFC no

GRÁFICO 11: EVOLUÇÃO DA PRODUÇÃO MUNDIAL DE SUCO DE LARANJA



Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de CitrusBR

GRÁFICO 12: EVOLUÇÃO NA PRODUÇÃO DE SUCO DE LARANJA NAS DEMAIS REGIÕES PRODUTORAS DO MUNDO EXCETO SÃO PAULO, TRIÂNGULO MINEIRO E FLÓRIDA



Fonte: Elaborado por Markestrat, a partir de dados levantados junto a CitruBR

Brasil começaram em 1999/00 ainda em caráter experimental, em 2000 foram realizadas as primeiras exportações, mas só em 2002/03 o NFC passou a ser registrado pela Secex separadamente das exportações do FCOJ.

Para atender à crescente demanda do consumidor, a produção de FCOJ aos poucos foi dando lugar à produção de NFC. De 2003 a 2009, houve um investimento da ordem de U$ 900 milhões por parte das indústrias na produção, armazenamento e distribuição internacional do NFC. Estima-se que para cada caixa processada, armazenada e levada em forma desse suco ao cliente no exterior é necessário um investimento três vezes superior ao necessário para o FCOJ. Foi graças a esse investimento nesse novo produto a 11,5º Brix que as exportações de NFC saltaram de 278.572 tons em 2003 para 939.442 tons em 2009, o equivalente a aproximadamente 171 mil toneladas de FCOJ a 66º Brix ou a 13% do total de suco exportado pelo Brasil. Tais investimentos para a produção de NFC devem ser amortizados durante um período de dez a 15 anos, segundo especialistas entrevistados.

TABELA 10: QUANTIDADE DE CAIXAS DE LARANJA (40,8 KG)

País/Região	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	1999/00	2000/01
São Paulo e Triângulo Mineiro	271.120	271.420	322.740	270.690	308.900	266.450
Flórida	195.277	219.701	235.632	177.359	224.289	213.635
Chipre, Grécia, Itália e Espanha	37.132	37.475	41.838	35.417	44.730	44.387
México	11.029	11.029	17.157	11.103	10.049	9.804
Bahia, Sergipe, Paraná, R.G. do Sul e Santa Catarina	9.960	8.195	8.324	6.433	11.589	9.014
Califórnia, Texas e Arizona	11.341	8.804	10.937	13.425	18.579	9.134
Costa Rica	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.578
Cuba	5.613	8.652	8.456	8.088	8.088	10.196
China	2.108	2.328	2.451	3.162	3.971	368
África do Sul	4.289	5.392	5.588	7.696	7.549	6.961
Argentina	3.162	3.186	4.804	3.186	3.431	3.505
Austrália	4.779	7.353	4.657	5.613	7.402	4.167
Coreia do Sul	1.644	307	360	131	561	464
Turquia	2.059	2.181	1.814	2.377	2.696	2.623
Índia	782	1.001	1.257	1.154	1.199	1.311
Israel	4.657	5.049	4.044	1.593	3.725	2.083
Paquistão	672	686	699	639	667	651
Marrocos	2.353	147	2.892	2.083	3.186	931
Japão	49	25	49	49	49	49
Total	**574.526**	**599.432**	**680.198**	**556.698**	**667.161**	**592.312**

Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de CitrusBR

TABELA 11: PRODUÇÃO MUNDIAL DE SUCO LARANJA (TODOS

País/Região	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	1999/00	2000/01
São Paulo e Triângulo Mineiro	1.095.780	1.098.000	1.339.970	1.152.860	1.324.150	1.089.010
Flórida	858.032	981.790	1.051.448	816.520	1.005.905	959.726
Chipre, Grécia, Itália e Espanha	107.339	86.331	93.234	79.083	106.856	109.811
Mexico	44.318	44.811	68.939	44.614	40.379	39.886
Bahia, Sergipe, Paraná, R.G. do Sul e Santa Catarina	38.672	31.821	32.320	24.978	45.000	35.000
Califórnia, Texas e Arizona	37.552	36.137	41.724	50.493	62.798	29.419
Costa Rica	26.916	26.916	26.916	26.916	26.916	27.240
Cuba	23.242	35.827	35.015	33.492	33.492	42.220
China	5.524	6.102	6.423	8.286	10.405	963
África do Sul	13.271	16.683	17.290	15.511	23.145	20.475
Argentina	9.848	9.848	15.068	9.848	10.606	10.833
Austrália	22.571	19.992	14.485	17.352	22.790	12.829
Coreia do Sul	4.956	1.232	1.447	526	2.252	1.866
Turquia	4.880	5.158	4.289	5.622	6.375	6.201
Índia	2.607	3.335	4.190	3.847	3.998	4.370
Israel	19.697	14.513	14.550	30.530	72.879	25.606
Paquistão	2.241	2.288	2.330	2.129	2.222	2.170
Marrocos	10.051	559	10.732	9.356	13.591	3.939
Japão	148	98	197	197	197	197
Total	**2.327.643**	**2.421.442**	**2.780.565**	**2.332.160**	**2.813.957**	**2.421.763**

Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de CitrusBR

DESTINADAS À PRODUÇÃO MUNDIAL DE SUCO

2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10
212.500	324.220	242.070	329.900	265.330	316.550	317.650	287.790	274.120
221.843	194.579	233.790	142.836	142.091	122.519	165.906	154.814	127.436
36.618	42.917	40.539	43.701	47.549	54.118	37.206	39.093	34.804
8.333	1.961	4.902	18.137	13.725	17.157	24.510	19.608	15.931
11.461	16.479	16.222	20.659	15.966	19.082	26.883	26.522	17.375
6.490	10.470	5.083	13.463	13.547	16.403	10.540	7.588	11.093
6.500	6.500	6.500	6.500	6.800	6.225	4.044	4.804	5.025
6.373	9.118	6.985	2.623	3.799	3.799	3.799	3.799	3.799
564	515	613	686	1.029	3.554	6.005	4.461	4.951
7.672	5.956	5.564	3.088	6.961	6.324	4.902	6.740	6.740
3.922	3.676	3.922	4.167	4.412	7.353	5.833	1.740	4.681
8.309	4.167	4.657	5.392	4.338	3.333	3.676	3.309	3.456
795	1.922	2.353	1.971	2.458	2.147	2.721	1.738	2.157
3.064	3.064	3.064	2.451	2.574	2.574	2.451	2.451	2.451
1.262	1.407	942	1.600	1.625	1.685	2.092	2.155	2.221
1.569	1.324	686	1.863	1.495	2.059	1.029	1.324	1.618
628	583	604	667	844	844	844	844	844
441	1.078	123	147	147	147	147	147	147
49	49	49	49	49	49	49	49	49
538.391	**629.984**	**578.666**	**599.899**	**534.737**	**585.920**	**620.288**	**568.976**	**518.898**

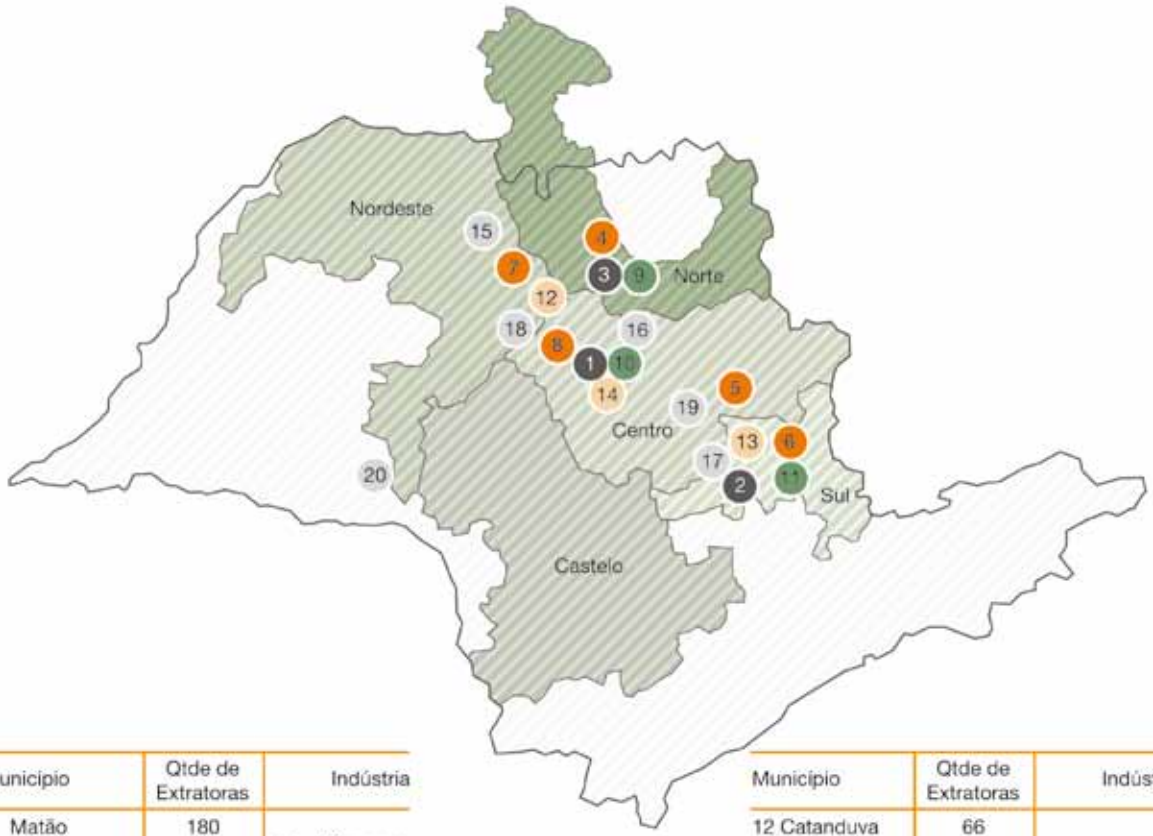
TIPOS DE SUCO EM TONELADAS A 66° BRIX)

2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10
894.520	1.429.660	1.072.450	1.369.260	1.164.500	1.369.210	1.362.720	1.132.850	1.064.650
1.000.672	854.355	1.024.009	644.461	653.301	577.349	782.504	731.799	562.663
87.344	110.598	100.947	110.303	100.553	158.626	111.983	100.756	106.173
33.485	7.879	19.795	72.977	55.644	68.939	100.455	78.788	66.477
44.500	63.986	58.302	77.003	59.275	70.875	100.058	101.433	65.775
22.913	37.622	19.448	47.099	50.705	56.929	45.260	24.257	31.385
26.916	26.916	26.916	26.916	28.158	25.779	16.746	19.892	20.806
26.388	37.755	28.925	10.860	15.731	15.731	15.731	15.731	15.731
1.477	1.477	1.773	1.970	2.955	10.833	17.727	13.788	15.265
22.681	24.198	22.583	13.898	25.173	22.868	13.295	19.712	14.687
12.121	11.364	12.121	12.879	13.636	22.727	18.030	5.379	14.470
25.682	12.879	14.394	16.667	13.409	10.303	11.363	10.228	10.686
3.194	7.724	9.455	7.919	9.875	8.627	10.935	6.986	8.667
7.244	7.244	7.244	5.795	5.795	5.274	5.042	5.100	5.100
4.207	4.690	3.140	5.332	5.415	5.617	6.972	7.184	7.403
18.712	18.712	8.864	14.773	17.629	7.445	3.644	4.826	5.811
2.093	1.944	2.013	2.223	2.812	2.812	2.812	2.812	2.812
1.576	4.333	492	591	591	591	591	591	591
197	197	197	197	197	197	197	197	197
2.235.922	**2.663.534**	**2.433.067**	**2.441.122**	**2.225.354**	**2.440.732**	**2.626.066**	**2.282.307**	**2.019.348**

13. Cinturão citrícola (São Paulo e Triângulo Mineiro)

A citricultura brasileira tem passado por mudanças no padrão tecnológico que são ainda mais notáveis em São Paulo e no Triângulo Mineiro, o chamado cinturão citrícola, de onde saem mais de 80% das laranjas produzidas no país. Apesar de esta ser uma região contínua, existem diferenças significativas da citricultura de uma determinada localidade em relação à outra. Para fins didáticos, no sentido de entender as particularidades das regiões, neste trabalho o cinturão citrícola foi dividido em cinco regiões produtoras denominadas de (1) Noroeste, (2) Norte, (3) Centro, (4) Sul, em função da sua posição geográfica no Estado de São Paulo, e (5) Castelo, nome atribuído em função de sua posição em relação ao eixo da rodovia Castelo Branco. A Figura 3 mostra essas regiões indicando também onde as fábricas processadoras estão localizadas.

FIGURA 3: DIVISÃO DAS REGIÕES DO CINTURÃO CITRÍCOLA

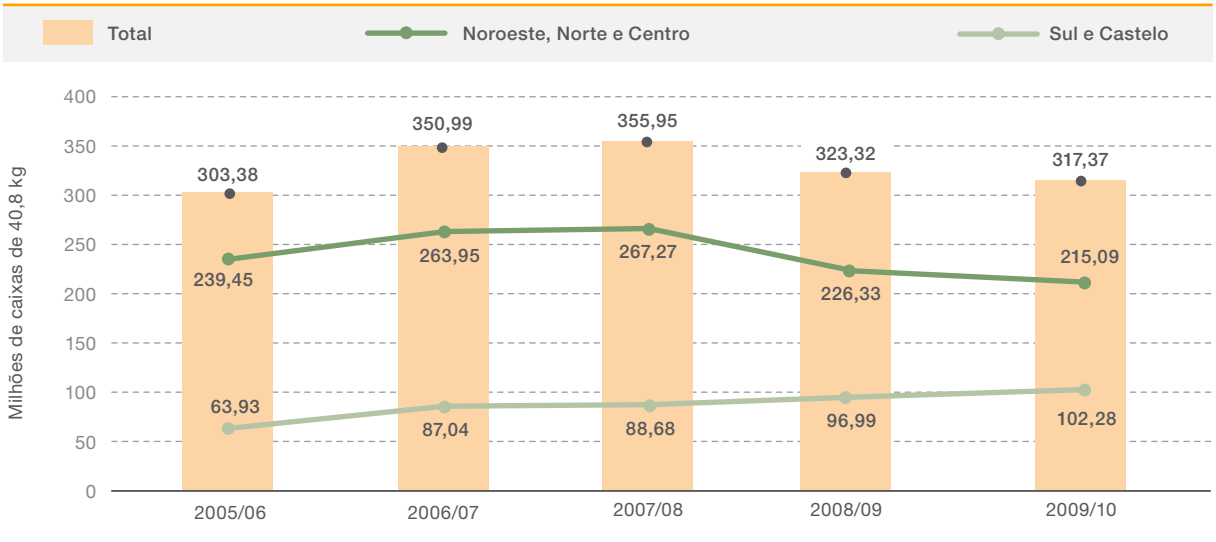


Município	Qtde de Extratoras	Indústria
1 Matão	180	Citrosuco
2 Limeira	60	
3 Bebedouro	72	
4 Colina	96	Cutrale
5 Araraquara	84	
6 Conchal	44	
7 Uchoa	42	
8 Itápolis	24	
9 Bebedouro	84	Dreyfus
10 Matão	70	
11 Eng. Coelho	60	

Município	Qtde de Extratoras	Indústria
12 Catanduva	66	Citrovita
13 Araras	66	
14 Matão	56	
15 Mirassol	24	Bascitros
16 Dobrada	12	KB
17 Rio Claro	7	Selial Citros
18 Itajobi	6	Agromex
19 São Carlos	6	Hildebrand
20 Santa Cruz do Rio Pardo	5	Guacho

Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de CitrusBR

GRÁFICO 13: PRODUÇÃO DE LARANJA NO CINTURÃO CITRÍCOLA



Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de CitrusBR

Graças a esta alteração do padrão tecnológico, a produção do cinturão cresceu significativamente, chegando a 317,4 milhões de caixas na safra 2009/10, um aumento de 16% ao longo da última década (Gráfico 13). Dentre as mudanças que ocorreram na citricultura, destaca-se a densidade de árvores por hectare. Em 1980, a densidade de plantio mais utilizada era de 250 árvores/ha, passando para 357 árvores/ha na década de 1990, depois para 476 árvores/ha no início dos anos 2000 e, atualmente, os pomares mais modernos são formados com 833 árvores/ha.

Além da densidade, outros fatores importantes que levaram a esse incremento de produtividade foram a utilização de mudas de melhor qualidade, provenientes de viveiros telados e de procedência genética; melhores combinações de porta-enxerto e variedades mais adequadas para cada tipo de solo e clima; aprimoramento do conhecimento aplicado para melhorar o manejo dos pomares e a qualidade do controle fitossanitário; além da intensificação e do crescimento do uso de irrigação nas regiões de maior déficit hídrico que colaboraram para que se chegasse atualmente à marca de 130 mil hectares de pomares de laranja irrigados em São Paulo e no Triângulo Mineiro.

Outro ponto importante é a determinação do momento ótimo para renovação do pomar de acordo com os índices de produtividade por hectare. Ao considerar a longevidade dos pomares, usualmente, para fins de amortização do investimento, utiliza-se 20 anos como o tempo de vida de uma árvore com produtividade economicamente viável, mas observando pomares da indústria verifica-se que esta idade pode ser extrapolada, chegando a 26 anos em pomares da indústria em Bebedouro, 24 anos na região de Mogi-Guaçu e 22 anos em Araraquara.

No cinturão citrícola, houve também a migração da citricultura das regiões Norte, Noroeste e Centro para as regiões Sul e Castelo, onde o microclima é mais privilegiado ao cultivo citrícola. Esse movimento, que se intensificou no início dos anos 2000, foi motivado inicialmente não só pelas condições climáticas, como a melhor distribuição de chuvas ao longo do ano, mas também pelo valor inferior da terra e como uma alternativa para reduzir a morte súbita dos citros e CVC, que nesta nova fronteira não ameaça os pomares e cujo controle é oneroso e dependente de alta tecnologia.

Já nos dias de hoje os principais fatores que têm determinado o deslocamento da citricultura para novas áreas são a mitigação do risco de greening, que já se alastrou para 239 municípios paulistas, quase a metade dos municípios citrícolas, além da forte expansão dos canaviais paulistas em terras

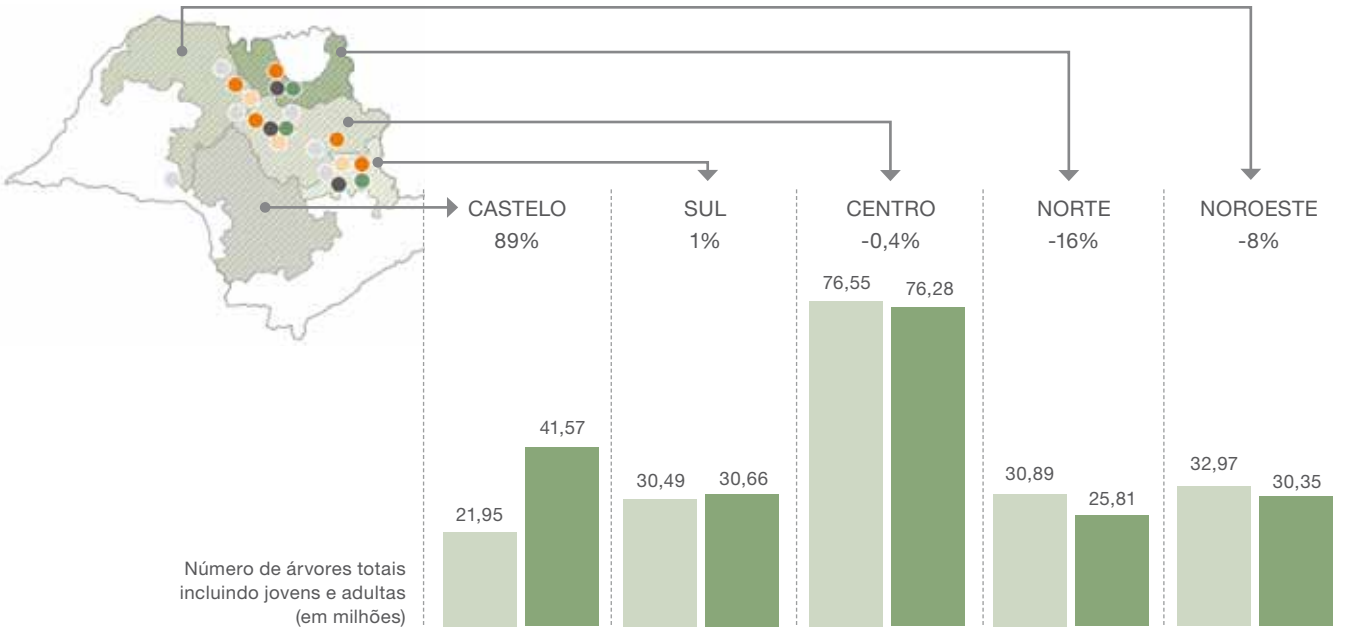
anteriormente ocupadas por laranjais de baixa produtividade e rentabilidade inadequada. Áreas com menor infestação ou onde o greening ainda não foi descoberto são agora muito visadas e, com isso, nas próximas décadas os pomares devem se distanciar cada vez mais das indústrias. A procura por terras nas regiões ao sul do Estado provocou uma valorização superior inclusive à registrada nas terras no norte.

Fica evidente que o destaque do cinturão citrícola tem sido a região Castelo. Entre 2005 e 2009, houve aumento de 89% no número total de árvores desta região, tirando-a da posição de última colocada em quantidade de árvores e passando-a para a segunda colocada. Além disso, 42% das árvores novas (de zero a dois anos de idade) do cinturão citrícola estão nesta região, fator que indica a importância cada vez maior desta região nos próximos anos na participação da produção total do cinturão (Figura 4).

Nas regiões Sul e Castelo, em função da maior oscilação da temperatura, a coloração das frutas tende a ser melhor, em comparação com as frutas produzidas nas demais regiões. Entretanto, como a temperatura média nessas regiões é menor, as frutas costumam ser mais ácidas e apresentar menor grau Brix do que as laranjas do Centro, Norte e Noroeste. Para obter as especificações do suco demandado pelo mercado consumidor, é preciso fazer o blend (mistura) do suco de ambas as regiões.

FIGURA 4: INDICADORES DE PRODUÇÃO DAS REGIÕES DO CINTURÃO CITRÍCOLA

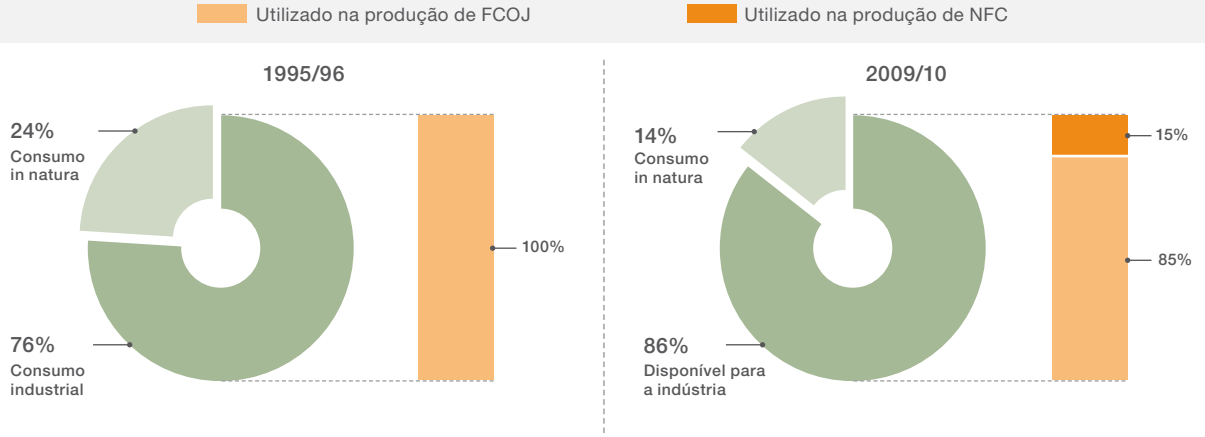
Variação do número de árvores entre 2005/06 e 2009/10 (%)



Ano	2005/06	2009/10	2005/06	2009/10	2005/06	2009/10	2005/06	2009/10	2005/06	2009/10
Árvores jovens não produtivas milhões de árvores	9,7	17,1	4,4	1,8	11,5	10	3,5	5,1	4,4	6,5
Árvores adultas produtivas milhões de árvores	12,3	24,4	26,1	28,8	65	66,3	27,4	20,7	28,6	23,9
Produtividade caixas/árvore	1,84	1,68	1,59	2,13	1,9	2,03	1,95	1,7	2,18	1,91
Produção em milhões de caixas	22,6	41	41,4	61,3	123,6	134,3	53,4	35,2	62,4	45,5

Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de CitrusBR

GRÁFICO 14: DESTINO DA PRODUÇÃO DE LARANJA DO CINTURÃO CITRÍCOLA NAS SAFRAS DE 1995/96 E 2009/10



Fonte: Elaborado por Markestrat, a partir de CitrusBr.

A produção da laranja no cinturão citrícola, assim como o seu destino, foi se alterando ao longo do tempo, ficando evidente um aumento do fornecimento para a indústria e, consequentemente, uma redução do fornecimento ao consumo in natura. A produção destinada à indústria saiu de 76% da produção total do cinturão citrícola em 1995 para 86% da produção em 2009, ou seja, um crescimento de 10%. Em contrapartida, nota-se que a fruta destinada ao consumo in natura, que representava 24% em 1995 e passou para 14% em 2009, sofreu uma redução de 10% (Gráfico 14).

14. Comparativo entre a produção de São Paulo/ Triângulo Mineiro e Flórida

Os Estados de São Paulo, no Brasil, e a Flórida, nos Estados Unidos, dominam a oferta mundial de suco de laranja com 86% do total. Tamanha concentração em duas regiões produtoras é algo raro tratando-se de commodities agrícolas, mas a força dessas duas regiões já foi maior no passado. Na década de 1990, a soma da produção de laranja das duas regiões era de cerca de 600 milhões de caixas, e, nos anos de 2000, a produção está nos patamares de 500 milhões de caixas. São 100 milhões de caixas de laranja que deixaram de ser produzidas. Embora a produção tenha caído em ambas regiões, foi na Flórida o maior declínio.

Na safra 2003/04, o Estado norte-americano produziu o equivalente a 87% da produção paulista de laranja, mas em 2009/10 não chegou à metade. Esta diminuição se intensificou após a passagem dos furacões que assolaram a região nos anos de 2004 e 2005, espalhando o cancro cítrico e o greening, doenças cujo controle é a erradicação. Este fato, somado aos problemas de restrição e encarecimento de mão de obra, contaminação dos lençóis freáticos, valorização das terras, e a outros relacionados aos riscos climáticos como secas, furacões e invernos rigorosos, vem desanimando os citricultores americanos.

O reflexo está na queda do número de árvores nos últimos anos. Desde 2004/05, houve uma redução de aproximadamente 19% no número de árvores (perda de 15 milhões). Além destes fatores, a renovação dos pomares não tem acontecido. Atualmente, cerca de 45% das árvores tem mais de dez anos e o número de árvores jovens, com no máximo dois anos, não passa de 10%. Esse

aumento na idade média dos pomares reflete na produtividade das árvores, que também vem diminuindo (Gráfico 15).

Parte da redução das áreas deve-se à valorização das terras, que levou muitos produtores de ambas as regiões a abandonarem a atividade. Na Flórida, a expansão imobiliária tomou o lugar de milhares de árvores produtivas nas áreas próximas às cidades onde cresceu o número de condomínios residenciais, principalmente de 2003 a 2007, quando aconteceu uma forte valorização imobiliária.

A produção paulista teve uma forte queda na safra 2003/04, mas posteriormente veio se recuperando. No entanto, problemas com greening, com excesso de chuvas e *Colletotrichum* trarão quedas na produção da safra 2010/11, que distanciarão ainda mais os índices de produtividade do cinturão citrícola nacional em relação aos da Flórida. Enquanto na última década, a Flórida

GRÁFICO 15: NÚMERO DE ÁRVORES JOVENS NÃO PRODUTIVAS (DE ZERO A DOIS ANOS) E ÁRVORES ADULTAS PRODUTIVAS (ACIMA DE DOIS ANOS) NA REGIÃO DE SÃO PAULO E TRIÂNGULO MINEIRO E NO ESTADO DA FLÓRIDA

Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de CitrusBR e USDA

TABELA 12: EVOLUÇÃO DO VALOR DA TERRA (US$/HA) EM MUNICÍPIOS DO CINTURÃO CITRÍCOLA BRASILEIRO E NA FLÓRIDA

Municípios do Cinturão	2001	2003	2005	2007	2009	Variação no Período de 2001 a 2009
Araraquara	2.352	2.699	4.936	9.919	9.126	288%
Bauru	2.940	2.851	4.923	10.153	9.742	231%
Campinas	4.621	4.595	7.312	10.534	10.140	119%
Itapetininga	2.016	2.532	3.772	5.117	5.478	172%
Piracicaba	3.781	3.424	4.971	10.328	10.393	175%
Pirassununga	2.520	3.342	5.929	10.666	9.029	258%
Ribeirão Preto	4.032	5.159	8.049	10.647	9.633	139%
São José do Rio Preto	2.352	3.147	5.869	8.831	9.247	293%
Sul da Flórida	15.827	14.647	24.583	39.810	29.842	89%

Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de dados do Agrianual 2010 e "Florida Land Value Survey" IFAS various surveys.

obteve produtividade média de 2,56 caixas/árvore, o Cinturão Citrícola de São Paulo e Triângulo Mineiro obteve média de 2,06 caixas/árvore neste mesmo período. Portanto, a produtividade média no Cinturão Citrícola de São Paulo e Triângulo Mineiro é 25% inferior ao do seu maior concorrente, o Estado da Flórida (Tabela 13).

Nos últimos anos observou-se também a migração da citricultura para o sul dos Estados, tanto na Flórida quanto em São Paulo. Em São Paulo, as laranjas produzidas no sul do Estado apresentam pior rendimento industrial em relação às demais regiões produtoras. No entanto, a citricultura localizada mais ao sul do Estado teve ganho expressivo de produtividade agrícola indicando, portanto, que no futuro o rendimento industrial em caixas por tonelada de FCOJ tende a ser inferior ao que historicamente vinha sendo atingido.

TABELA 13: DETALHAMENTO DA CITRICULTURA NO CINTURÃO

SAFRA	Árvores adultas produtivas acima de 2 anos (em milhões)			Produtividade (caixas de 40,8kg/árvore)			Produção (milhões de caixas de 40,8kg)		
	São Paulo e Triângulo	Flórida	Total	São Paulo e Triângulo	Flórida	Total	São Paulo e Triângulo	Flórida	Total
1988/89	97,5	36,8	134,3	2,20	3,99	2,69	214,0	146,6	360,6
1989/90	102,2	40,7	142,9	3,05	2,71	2,95	311,2	110,2	421,4
1990/91	108,7	44,1	152,8	2,27	3,44	2,61	246,8	151,6	398,4
1991/92	115,1	49,6	164,6	2,22	2,82	2,40	256,0	139,8	395,8
1992/93	125,3	56,6	181,9	2,54	3,30	2,78	318,1	186,6	504,7
1993/94	146,0	61,7	207,7	2,07	2,83	2,29	302,2	174,4	476,6
1994/95	156,8	69,3	226,1	1,96	2,97	2,27	307,3	205,5	512,8
1995/96	162,8	75,3	238,1	2,19	2,70	2,35	356,3	203,3	559,6
1996/97	172,6	78,5	251,1	2,15	2,88	2,38	371,0	226,2	597,2
1997/98	179,9	78,6	258,5	2,38	3,10	2,60	428,2	244,0	672,2
1998/99	171,5	79,6	251,1	1,97	2,34	2,09	338,5	186,0	524,5
1999/00	166,0	78,7	244,7	2,63	2,96	2,73	436,0	233,0	669,0
2000/01	162,5	79,6	242,1	2,15	2,81	2,37	349,7	223,3	573,0
2001/02	162,3	77,6	239,8	1,68	2,96	2,10	272,8	230,0	502,8
2002/03	158,8	78,0	236,9	2,31	2,60	2,41	367,5	203,0	570,5
2003/04	157,8	75,4	233,2	1,77	3,21	2,23	278,6	242,0	520,6
2004/05	159,6	72,6	232,1	2,37	2,06	2,27	377,8	149,8	527,6
2005/06	159,3	66,0	225,3	1,90	2,24	2,00	303,4	147,7	451,1
2006/07	158,4	64,0	222,4	2,22	2,02	2,16	351,0	129,0	480,0
2007/08	159,6	61,5	221,1	2,23	2,77	2,38	356,0	170,2	526,2
2008/09	160,7	60,5	221,2	2,01	2,68	2,20	323,3	162,4	485,7
2009/10	164,2	59,4	223,6	1,93	2,25	2,02	317,4	133,6	451,0

Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de CitrusBR e USDA

15. Estratificação da produção pelo perfil do produtor no cinturão citrícola

Na citricultura, assim como em qualquer atividade econômica, diante de margens apertadas, é premente o aumento da produtividade, de forma a reduzir o custo de produção por caixa de laranja. Esta necessidade se acentua ainda mais para os citricultores que destinam sua produção para a indústria, cujos preços tendem a ser menos remuneradores do que no mercado de fruta in natura. Para ter rentabilidade destinando a fruta para processamento industrial é preciso ter escala de produção. Exige-se também adequação à legislação trabalhista e ambiental, tais como registro de funcionários, respeito ao uso dos pesticidas aprovados e aos períodos de carência entre a sua aplicação e colheita das frutas e descarte correto de embalagem. Tais fatores são indispensáveis para os compradores internacionais de suco.

Esses requisitos são preenchidos mais facilmente pelas propriedades maiores que empregam alta tecnologia e geralmente, têm tamanho ideal para um bom dimensionamento dos equipamentos, bem como poder de compra de insumos. No entanto, 87% dos produtores do cinturão citrícola são de pequeno porte (11.011 produtores) produzindo em propriedades com menos de 20 mil árvores. Esse universo de produtores detém apenas 21% das árvores do cinturão citrícola. Os demais produtores dividem-se da seguinte forma:

CITRÍCOLA DE SÃO PAULO/TRIÂNGULO MINEIRO E NA FLÓRIDA

Laranjas para fruta in natura (milhões de caixas de 40,8kg)			Laranjas para o processamento (milhões de caixas de 40,8kg)			Rendimento industrial (caixas de 40,8kg/tonelada de suco 66°Brix)			Produção de suco de laranja (mil toneladas 66°Brix)		
São Paulo e Triângulo	Flórida	Total	São Paulo e Triângulo	Flórida	Total	São Paulo e Triângulo	Flórida	Total	São Paulo e Triângulo	Flórida	Total
34,8	8,5	43,2	179,3	138,1	317,4	261	220	241	687,8	628,0	1.315,8
50,0	5,9	55,9	261,2	104,3	365,5	259	220	247	1.007,6	474,1	1.481,8
47,3	12,5	59,7	199,5	139,1	338,6	242	220	233	823,5	632,7	1.456,2
43,8	11,6	55,3	212,2	128,2	340,4	236	220	230	898,0	583,1	1.481,1
43,1	10,7	53,9	275,0	175,9	450,9	257	220	241	1.070,0	799,7	1.869,7
53,8	9,9	63,7	248,4	164,5	412,9	237	220	230	1.048,1	748,3	1.796,4
62,9	10,4	73,3	244,4	195,1	439,5	233	229	231	1.047,7	853,2	1.900,9
85,2	8,0	93,2	271,1	195,3	466,4	247	228	239	1.095,8	858,0	1.953,8
99,6	6,5	106,0	271,4	219,7	491,1	247	224	236	1.098,0	981,8	2.079,8
105,4	8,4	113,8	322,7	235,6	558,4	241	224	233	1.340,0	1.051,4	2.391,4
67,8	8,6	76,4	270,7	177,4	448,0	235	217	228	1.152,9	816,5	1.969,4
127,1	8,7	135,8	308,9	224,3	533,2	233	223	229	1.324,2	1.005,9	2.330,1
83,3	9,7	92,9	266,5	213,6	480,1	245	223	234	1.089,0	959,7	2.048,7
60,3	8,2	68,5	212,5	221,8	434,3	238	222	229	894,5	1.000,7	1.895,2
43,3	8,4	51,7	324,2	194,6	518,8	227	228	227	1.429,7	854,4	2.284,0
36,5	8,2	44,7	242,1	233,8	475,9	226	228	227	1.072,5	1.024,0	2.096,5
47,9	7,0	54,8	329,9	142,8	472,7	241	222	235	1.369,3	644,5	2.013,7
38,1	5,6	43,7	265,3	142,1	407,4	228	217	224	1.164,5	653,3	1.817,8
34,4	6,5	40,9	316,6	122,5	439,1	231	212	226	1.369,2	577,3	1.946,6
38,3	4,3	42,6	317,7	165,9	483,6	233	212	225	1.362,7	782,5	2.145,2
35,5	7,6	43,1	287,8	154,8	442,6	254	212	237	1.132,9	731,8	1.864,6
43,3	6,2	49,4	274,1	127,4	401,6	257	226	247	1.064,7	562,7	1.627,3

11% são produtores de médio porte (entre 20 e 199 mil árvores), compreendendo 1.496 produtores que detêm 32% das árvores do cinturão, e 2% são de grande porte (acima de 200 mil árvores), totalizando 120 produtores, que possuem 47% das árvores do cinturão citrícola (Tabela 14).

Estes são dados da CitrusBR, que pela primeira vez traçou o perfil do produtor do cinturão citrícola paulista e do Triângulo Mineiro a partir do cadastro dos citricultores que forneceram laranja para a indústria na safra 2009/10. Foram utilizados os cadastros dos citricultores que a indústria possuía, contendo todos os registros necessários para a apuração, ou seja, tamanho de área, quantidade de árvores e volume produzido. Os cadastros utilizados representam cerca de 80% de toda a fruta processada pela indústria. Estes cadastros foram entregues pelas indústrias, individualmente, a uma das maiores empresas internacionais de auditoria independente, que compilou os dados sob sigilo e entregou os valores médios à Associação, tal como outras associações no Brasil fazem para ter os dados dos seus associados.

Neste levantamento, foi constatado que aumentou a participação das propriedades de maior porte na quantidade de árvores do cinturão citrícola. Este fato indica que produzir laranja com alta tecnologia e escala de produção é uma atividade

TABELA 14: ESTRATIFICAÇÃO DOS PRODUTORES DO CINTURÃO CITRÍCOLA PELA QUANTIDADE DE ÁRVORES

Parâmetro	2001			2006			2009		
	Árvores (%)	Produtores (%)	Nº de produtores	Árvores (%)	Produtores (%)	Nº de produtores	Árvores (%)	Produtores (%)	Nº de produtores
> 400 mil árvores	16,15	0,15	23	33,65	0,35	46	39,25	0,4	51
200 a 399 mil árvores	7,65	0,25	38	8,05	0,55	73	7,35	0,55	69
100 a 199 mil árvores	10,6	0,7	105	8,1	1,05	139	8,95	1,3	164
50 a 99 mil árvores	12,4	1,75	263	11,45	2,7	356	10,75	2,95	372
30 a 49 mil árvores	12,3	3,15	473	7,7	3,35	442	7	3,5	442
20 a 29 mil árvores	8,95	3,9	585	5,5	3,8	502	5,3	4,1	518
10 a 19 mil árvores	16,45	14,5	2.175	9,45	11,35	1.498	8	11,15	1.408
< 10 mil árvores	15,45	75,55	11.333	16,15	76,9	10.151	13,4	76,05	9.603
TOTAL	100%	100%	15.000	100%	100%	13.200	100%	100%	12.627

Fonte: Elaborado pela Markestrat a partir de CitrusBR, considerando os dados dos associados

economicamente viável. Em 2001, as propriedades com mais de 400 mil árvores detinham 16% das árvores do parque citrícola, enquanto que 2009 esse percentual saltou para 39%. Já as propriedades com dez mil a 199 mil árvores detinham 61% das árvores do cinturão, valor este reduzido para 40% em 2009. Algo semelhante a esta configuração, aconteceu com a soja em Mato Grosso, onde grandes grupos agrícolas dobraram o tamanho de suas áreas nos últimos cinco anos, cerca de 20% de toda a soja plantada em Mato Grosso foi cultivada pelos 20 maiores grupos, de acordo com dados da Reuters. A concentração na atividade agrícola é um fato em quase todas as culturas e vem sendo estudada internacionalmente. Apenas associações fortes, cooperativas e modernos modelos de redes integradas de produtores têm sido eficientes e velozes.

Em 2009, 44% dos hectares plantados no cinturão apresentaram produtividade abaixo do necessário para ter renda. Neles são produzidas em média 280 caixas por hectare. É uma grande diferença em relação às demais propriedades que somam os outros 56% dos hectares, nos quais foram aferidas em média 909 caixas por hectare (Tabela 15).

Esta dinâmica que está acontecendo na citricultura explica a razão pela qual produtores menos eficientes, não podendo competir com os mais eficientes, têm deixado o setor e passando a se dedicar a outras culturas. Aqueles que

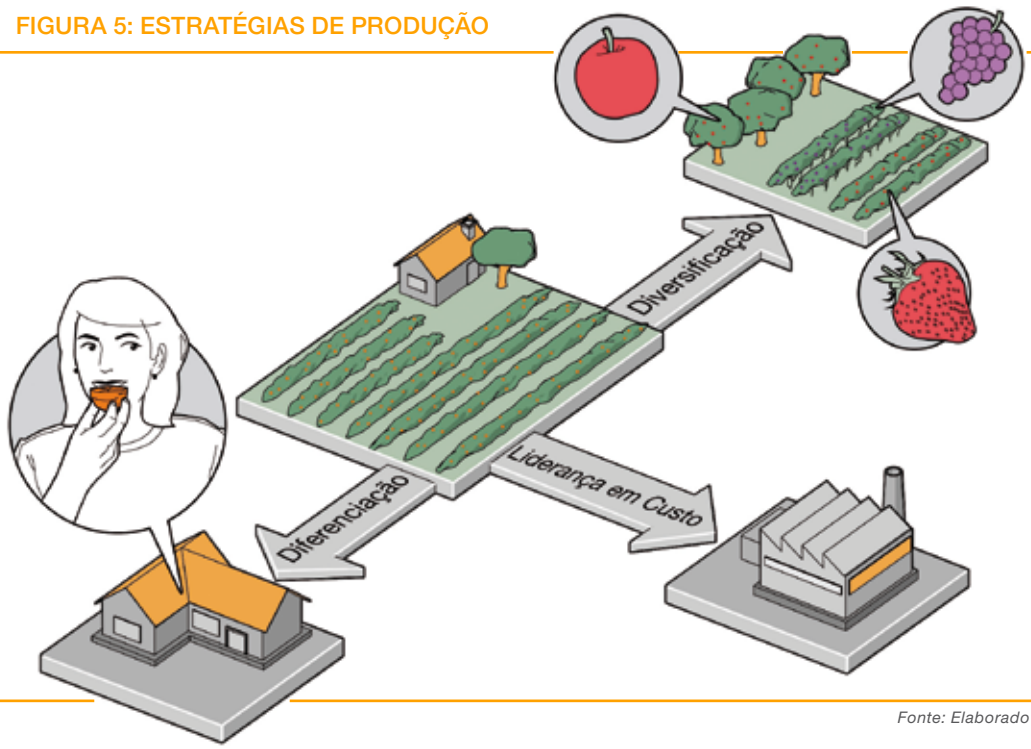
TABELA 15: ESTRATIFICAÇÃO DA PRODUÇÃO DE LARANJA POR FAIXA DE PRODUTIVIDADE NA SAFRA 2009/10

FAIXA DE PRODUTIVIDADE	% DOS HECTARES	% DAS CAIXAS	VOLUME DE CAIXAS PRODUZIDAS POR FAIXA DE PRODUTIVIDADE	PRODUTIVIDADE CAIXAS/HECTARE
ACIMA DE 1.400 CAIXAS POR HECTARES	2%	5%	16 milhões de caixas	1.655
ENTRE 1.100 E 1.399 CAIXAS POR HECTARE	7%	13%	41 milhões de caixas	1.209
ENTRE 800 E 1.099 CAIXAS POR HECTARE	19%	29%	92 milhões de caixas	933
ENTRE 500 E 799 CAIXAS POR HECTARE	28%	30%	95 milhões de caixas	639
ENTRE 200 E 499 CAIXAS POR HECTARE	36%	21%	67 milhões de caixas	345
ABAIXO DE 200 CAIXAS POR HECTARE	8%	2%	6 milhões de caixas	138
TOTAL	**100%**	**100%**	**317,4 milhões de caixas**	**607**
TOTAL ACIMA DE 500 CAIXAS POR HECTARE	56%	77%	244,4 milhões de caixas	909
TOTAL ABAIXO DE 499 CAIXAS POR HECTARE	44%	23%	73 milhões de caixas	280

Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de CitrusBR, considerando dados dos associados.

AA
ANTONIOSI

FIGURA 5: ESTRATÉGIAS DE PRODUÇÃO



Fonte: Elaborado por Markestrat

permanecerem na atividade citrícola devem encontrar um caminho mais adequado para cada perfil de propriedade, ou seja, a definição de uma determinada estratégia para conduzir a sua propriedade, podendo ser liderança em custo, diferenciação ou diversificação (Figura 5).

A estratégia de liderança em custo concentra esforços incessantes para manter baixos os custos de produção e distribuição, sendo necessário possuir fortes competências em processos produtivos, rendimentos operacionais e aquisição de insumos a preços mais baixos. É esta estratégia de custos baixos que devem buscar aqueles citricultores que destinam a sua produção para a indústria de sucos, pois as margens neste setor são menores. Para ser competitivo adotando esta estratégia é preciso ter escala de produção. Adquirir insumos a preços mais baixos, por exemplo, depende de alto volume de compra e/ou planejamento para realizar a compra no período em que não há demanda pelo insumo. Se a aquisição do insumo for realizada em períodos em que a procura está alta, é preciso comprá-lo em grandes volumes para conseguir desconto junto aos fornecedores.

Já aqueles que elegem a estratégia de diferenciação para conduzir seus negócios produzem laranjas com atributos valorizados pelos consumidores de fruta de mesa, que estão dispostos a pagar preços mais altos pelo produto diferenciado. A estratégia de diferenciação tem sido alcançada produzindo uma fruta de qualidade superior e em épocas de menor oferta. É fato que as propriedades menores têm vantagens na adoção da estratégia de diferenciação, pois têm possibilidade de um acompanhamento mais intenso das podas, manejo de nutrição, irrigação e aplicação de fitorreguladores. Esta estratégia tem se mostrado interessante para os pequenos e médios citricultores que vendem a sua produção para fruta de mesa.

Outra estratégia adotada por pequenos e médios produtores do cinturão, seguindo os mesmos passos de citricultores do Sul do país, é a de diversificação da atividade. São citricultores do cinturão que podem implementar culturas afins, como goiaba, maracujá, manga, uva, entre outras, reduzindo o risco de dedicar-se a uma única atividade, tomando sempre o cuidado em não desviar muito o foco do negócio.

16. Variedades nos pomares

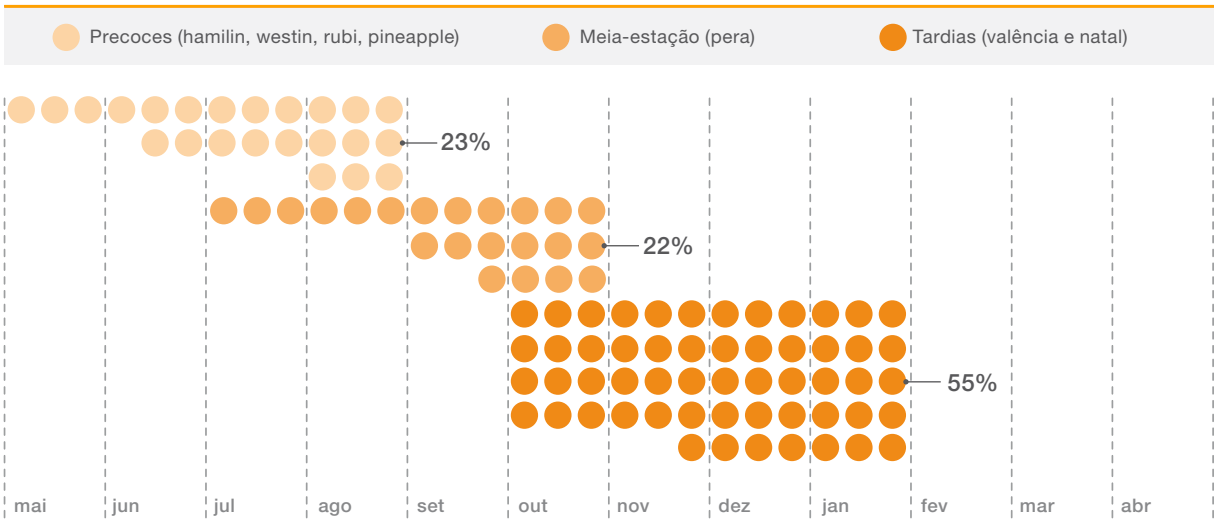
A diversificação das variedades nos pomares citrícolas é importante, pois estratifica a colheita de laranja ao longo do ano, evitando a concentração da oferta em alguns meses permitindo ao citricultor vender em épocas de preços mais elevados e ainda possibilita à indústria o prolongamento do período de processamento de laranjas para produção de suco.

Atualmente, os pomares do Estado de São Paulo apresentam 55% das árvores das variedades tardias (natal e valência), 23% com variedades precoces (hamilin, westin, rubi e pineapple) e 22% com variedade meia-estação, a pera Rio. A preferência dos citricultores pelas variedades tardias, em função da sua maior produtividade, ocorreu em detrimento das variedades de meia-estação, que são bem-aceitas no mercado in natura, levando a um déficit de oferta de fruta principalmente no mês de setembro e, consequentemente, provocando uma maior competição entre a indústria e o mercado in natura nesse período. Além de ter uma boa aceitabilidade no mercado in natura, a variedade pera apresenta maior teor de sólidos solúveis (suco). Estes dois fatores somados ao déficit de produção exatamente na época em que a laranja pera está produzindo fazem com que esta variedade consiga preços mais altos que as demais variedades destinadas à indústria (Gráfico 16).

Com o objetivo de reduzir o período de déficit de oferta, os produtores estão mudando o perfil dos seus pomares com o aumento de árvores precoces e redução das tardias. Nos pomares com árvores entre zero a dois anos as variedades precoces representam 29%. No entanto, ainda tende a faltar variedade meia-estação.

O plantio de diferentes variedades é também uma forma de manejar o controle de doenças e reduzir os impactos das adversidades climáticas. O aprimoramento das variedades citrícolas vem sendo feito com técnicas tradicionais de melhoramento. Mais recentemente, os investimentos em pesquisa e desenvolvimento têm focado no estudo de variedades geneticamente modificadas que visam ao combate a doenças economicamente importantes ao setor. É o caso das pesquisas desenvolvidas pelo Centro de Citricultura Apta Citros em busca de variedades de laranja tolerantes ao cancro cítrico e/ou resistentes ao greening. No entanto, possivelmente, estas pesquisas podem não ser largamente utilizadas no país, visto que o principal destino do produto brasileiro, o mercado europeu, ainda é intransigente quanto aos produtos geneticamente modificados.

GRÁFICO 16: PERÍODO DE COLHEITA POR VARIEDADE E PERCENTUAL DA PRODUÇÃO



Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de CitruBR

17. Pragas e doenças no cinturão citrícola de São Paulo e Triângulo Mineiro

Este item, sem sombra de dúvida, é uma das principais ameaças à citricultura brasileira. Durante a última década, quatro doenças foram responsáveis pela erradicação de 39 milhões de árvores do parque citricola de São Paulo e Triângulo Mineiro. Com isso, a taxa anual média de mortalidade que anteriormente oscilava ao redor de 4,5% ao ano saltou para 7,3%. Adotando um rendimento médio de duas caixas de laranja por árvore estima-se que o cancro cítrico, a CVC, a morte súbita e o greening foram responsáveis por uma redução anual de cerca de 78 milhões de caixas, que, comparadas com os 317 milhões de caixas colhidas na safra 2009/10, representam uma diminuição de safra da ordem de 20% (Tabela 16).

O cancro cítrico é uma doença bacteriana que causa queda prematura das folhas e frutas e que na década de 1990 atingiu o seu ápice. É a mais antiga das quatro doenças presentes no Brasil. A CVC (clorose variegada dos citros), uma doença bacteriana que afeta o sistema vascular das árvores reduzindo o tamanho das frutas ao tamanho de uma bola de golfe, foi a que mais danos causou até hoje e teve sua origem nas regiões norte e noroeste do Estado de São Paulo, posteriormente migrando para o centro do cinturão citrícola. A morte súbita, uma doença vascular capaz de matar a árvore em 12 meses, desenvolveu-se principalmente nas regiões norte e Triângulo Mineiro em laranjeiras enxertadas sobre o porta-enxerto do limão-cravo. Finalmente tem-se o greening, a mais recente doença bacteriana e a que causa maior preocupação aos citricultores pela velocidade em que se alastrou do seu ponto de origem, na região central de São Paulo, para as demais regiões.

TABELA 16: ÁRVORES ERRADICADAS NO CINTURÃO CITRÍCOLA PAULISTA E TRIÂNGULO MINEIRO POR CAUSA DAS 4 PRINCIPAIS DOENÇAS QUE ATINGEM A CITRICULTURA (EM MIL ÁRVORES)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	TOTAL
Cancro	795	191	71	164	177	153	186	151	115	240	**2.243**
CVC	678	2.406	2.380	1.023	2.887	4.043	3.320	3.299	3.276	3.070	**26.382**
Greening	-	-	-	-	-	5.330					**5.330**
Morte Súbita	-	-	5.158					-	-	-	**5.158**

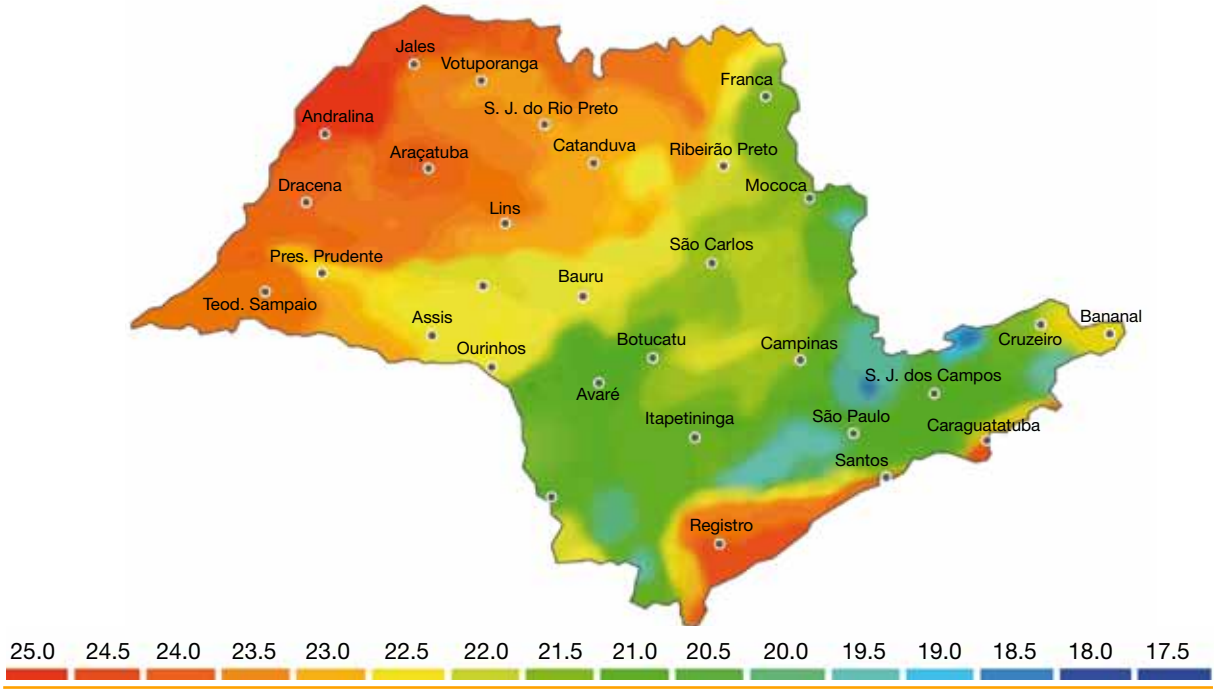
Fonte: Elaborado pela Markestrat a partir dos percentuais anuais de erradicação de árvores divulgados pelo Fundecitrus ponderados pela quantidade de árvores no cinturão citrícola informada pela CitrusBR

18. Impacto das mudanças climáticas na citricultura

Nos últimos anos, diversas organizações de renome têm alertado sobre os riscos das mudanças climáticas para a agricultura mundial. Na citricultura, não é diferente. Dados do Instituto Nacional de Meteorologia (Inmet) mostram que há um gradual elevação na temperatura média dos Estados. A comparação fica evidente quando se confrontam as médias verificadas entre dois períodos de 30 anos, ou seja, de 1930 e 1960 em relação aos números obtidos nas medições entre 1960 e 1990. Embora a curva tenha se mantido igual, é possível garantir que o Estado de São Paulo está mais quente. Em algumas regiões, como Limeira e São José do Rio Preto, os números obtidos entre os anos de 1995 e 2009 indicam que a temperatura está, em média, cerca de dois graus Celsius acima da média histórica (Figura 6).

O resultado disso tem sido o agravamento das condições climáticas, segundo sugerem os estudos, como chuvas mais escassas na porção norte do território paulista e mais concentradas em áreas ao sul, conforme informa relatório do Departamento

FIGURA 6: TEMPERATURA MÉDIA ANUAL NORMAL DO ESTADO DE SÃO PAULO (1961-1990)



Fonte: IAC

de Águas do Estado de São Paulo. Cruzando tais informações ao que vem acontecendo nos últimos anos na citricultura paulista, percebe-se o porquê da necessidade de irrigação nos pomares ao norte se fazer tão presente nos dias de hoje, ao contrário de duas a três décadas atrás. Outro ponto observado, desta vez pelo Painel Intergovernamental para as Mudanças Climáticas (IPCC, sigla em inglês), aponta para o agravamento de fenômenos extremos. Em 2010, por exemplo, sob os efeitos do fenômeno La Niña, algumas regiões registraram mais de 100 dias de seca, um fato nada corriqueiro se comparado às médias históricas.

Portanto, a produção de laranja na parte norte do cinturão demanda outras técnicas que nas décadas de 1960 e 1970 não eram necessárias, tais como uso de porta-enxertos diferenciados do limão-cravo e o uso de irrigação. Estas técnicas demandam, além de uma citricultura mais estruturada, investimentos muito mais elevados do que eram há 40 anos. O resultado disso, nos próximos anos, caso os efeitos das mudanças climáticas continuem se agravando, pode acentuar a mudança na geografia citrícola paulista, caminhando ainda mais fortemente para o sul do Estado. O mapa apresenta o gradiente de temperatura dentro do Estado de São Paulo referente ao período de 1961 a 1990. Nota-se claramente a diferença de temperatura entre as regiões mais ao sul em relação às regiões do norte do Estado.

19. Custo de produção de laranja

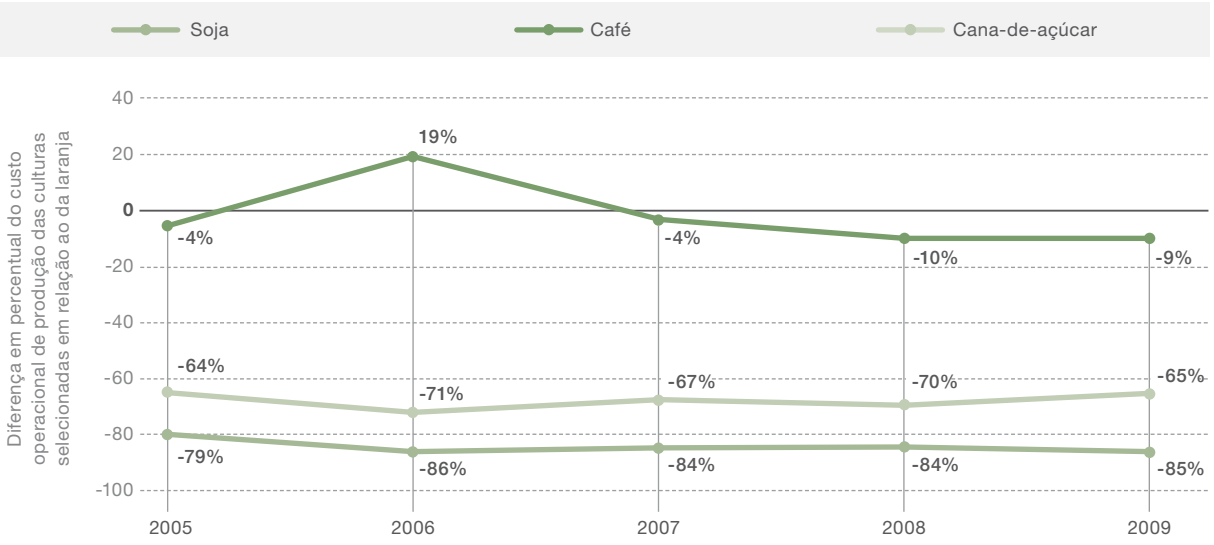
Custo de produção é um tema relevante, pois é uma excelente ferramenta de planejamento, podendo ser utilizada pelo produtor para decidir sobre investimento em uma cultura ou outra, além de auxiliá-lo na gestão e decisão sobre a permanência na atividade. As culturas perenes apresentam maiores custos de produção, mas, geralmente também apresentam as maiores rentabilidades. É

o que mostrou a análise comparativa dos custos operacionais de produção de café, cana-de-açúcar e soja, utilizando dados do Agrianual/AgraFNP para os anos de 2005 a 2009. Confrontando com a laranja, os custos operacionais de produção destas culturas foram menores, com exceção do ano de 2006 (Gráfico 17).

No entanto, a rentabilidade média da laranja neste período só perdeu para o café, que foi 193% superior, mostrando a atratividade da laranja em relação à cana-de-açúcar e soja, cujas rentabilidades foram, respectivamente, 41% e 81% menores em relação à laranja, apesar de ser uma cultura que exige alta especialização (Gráfico 18).

GRÁFICO 17: DIFERENÇA EM PERCENTUAL DO CUSTO OPERACIONAL DE PRODUÇÃO POR HECTARE DAS CULTURAS SELECIONADAS EM RELAÇÃO AO DA LARANJA

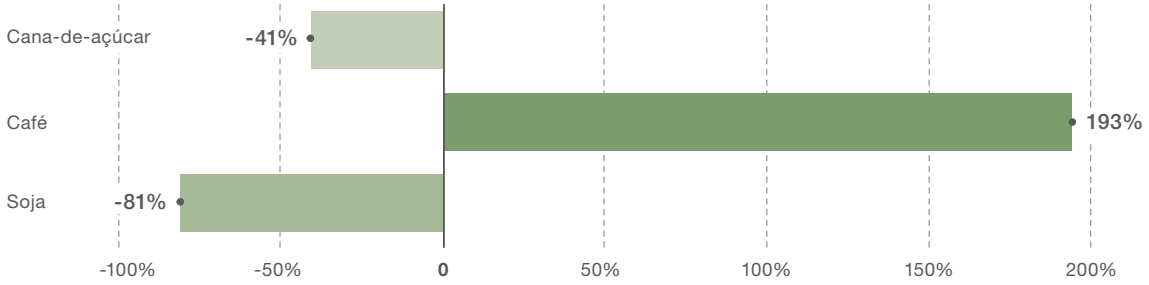
Custos de produção das culturas de laranja, soja, café e cana-de-açúcar publicados no Agrianual/Agra FNP valores médios entre 2005 e 2009



Fonte: Elaborado por Markestrat, a partir de Agrianual/AgraFNP

GRÁFICO 18: DIFERENÇA EM PERCENTUAL DO RESULTADO MÉDIO DAS CULTURAS SELECIONADAS EM RELAÇÃO AO RESULTADO DA LARANJA

Resultados das culturas de laranja, soja, café e cana-de-açúcar publicados no Agrianual/Agra FNP valores médios entre 2005 e 2009

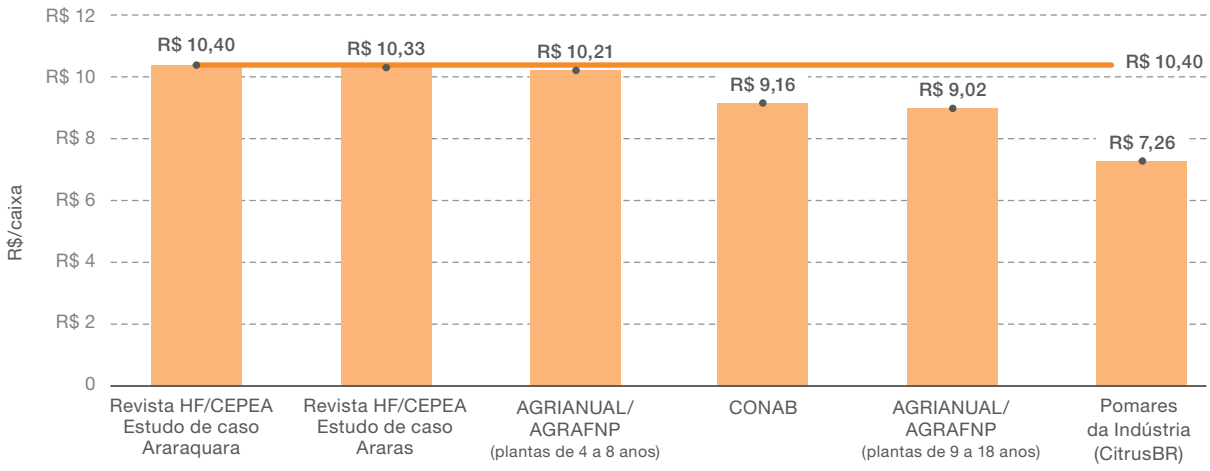


Fonte: Elaborado por Markestrat, a partir de Agrianual/AgraFNP

Além de relevante, o custo de produção é um tema controverso, em função da grande abrangência de fatores, que envolve um conjunto de atividades e técnicas de manejo em insumos, variando consideravelmente a quantidade, frequência e rendimento em razão da tecnologia adotada, características edafoclimáticas, pressão das pragas e doenças e exigências sanitárias de cada local. Além dos aspectos citados, a produtividade alcançada pode proporcionar grandes impactos no custo de produção, pois, apesar dos custos de colheita e transporte serem variáveis, os demais gastos e despesas de cultivo em quase sua totalidade são fixos por árvore e hectare. Portanto, quanto maior a produtividade de uma árvore ou de um hectare, menor é o custo de produção da laranja na árvore. A consequência deste grande número de variáveis encontra-se na discrepância dos custos de produção de laranja encontrados no setor (Gráfico 19).

GRÁFICO 19: COMPARAÇÃO DO CUSTO OPERACIONAL DE PRODUÇÃO DE LARANJA POR CAIXA A PARTIR DE DIFERENTES FONTES PARA A SAFRA 2009/10

Custo operacional de produção de laranja por caixa de 40,8 kg, incluindo produção na árvore + colheita + transporte + ITR sem depreciação, despesas financeiras e sem remuneração de capital



Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de Agrianual/AgraFNP, Conab, CitrusBR, CEPEA

Custo Agrianual / AgraFNP em 2009:
Densidade: 408 árvores/hectare
Região de Araraquara
Módulo de 100 hectares
Pelo intuito ser o de comparar o custo operacional, foram excluídos os custos relativos à conservação e à depreciação de benfeitorias.

Custo CONAB 2009/10
Densidade: 400 árvores/hectare
Região de Bebedouro
Pelo intuito ser o de comparar o custo operacional, foram excluídos as despesas financeiras, o custo de depreciação, renda de fatores.

Revista HF/CEPEA Estudo de Caso em Araras para a Safra 2009/10 elaborado por Larissa Pagliuca, Mayra Viana, Margarete Boteon, Keila Inoue, Fernanda Geraldini e João Paulo Bernardes Deleo.
Região de Araras.
Densidade: 434 árvores/hectare.
Módulo de 128 hectares
100% sequeiro.
Considerou-se o custo de colheita e frete da parcela destinada à indústria.
Pelo intuito ser o de comparar o custo operacional, foram excluídos os custos relativos ao custo do capital de giro, CARP e o custo de oportunidade da terra.

Revista HF/CEPEA Estudo de Caso em Araraquara para a Safra 2009/10 elaborado por Larissa Pagliuca, Mayra Viana, Margarete Boteon, Keila Inoue, Fernanda Geraldini e João Paulo Bernardes Deleo.
Região de Araraquara.
Densidade: 324 árvores/hectare.
Módulo de 214 hectares
79% da área irrigada com gotejamento linha simples.
Considerou-se o custo de colheita e frete da parcela destinada à indústria.
Pelo intuito ser o de comparar o custo operacional, foram excluídos os custos relativos ao custo do capital de giro, CARP e o custo de oportunidade da terra.

TABELA 17: CUSTO OPERACIONAL MÉDIO DE PRODUÇÃO DE LARANJA DOS POMARES PRÓPRIOS DAS INDÚSTRIAS (CAIXA DE 40,8 KG) AUDITADO POR EMPRESA INTERNACIONAL

ITENS / SAFRAS	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10
(A) **Mão de obra** (salários, encargos compulsórios e facultativos, EPI´s, mão-de-obra terceirizada)	R$ 0,86	R$ 1,16	R$ 1,03	R$ 1,21	R$ 1,13	R$ 1,22	R$ 1,58	R$ 1,66
(B) **Defensivos e herbicidas**	R$ 0,70	R$ 1,02	R$ 0,72	R$ 0,85	R$ 0,73	R$ 0,71	R$ 0,90	R$ 0,89
(C) **Adubos** (adubos, fertilizantes e corretivos de solo)	R$ 0,51	R$ 0,79	R$ 0,65	R$ 0,69	R$ 0,61	R$ 0,60	R$ 0,81	R$ 0,75
(D) **Energia elétrica**	R$ 0,07	R$ 0,09	R$ 0,07	R$ 0,08	R$ 0,10	R$ 0,10	R$ 0,13	R$ 0,11
(E) **Gasto com veículo próprio e serviços terceirizados**	R$ 0,22	R$ 0,34	R$ 0,25	R$ 0,27	R$ 0,29	R$ 0,29	R$ 0,39	R$ 0,32
(F) **Manutenção, conservação e outras despesas gerais**	R$ 0,37	R$ 0,47	R$ 0,39	R$ 0,40	R$ 0,42	R$ 0,47	R$ 0,49	R$ 0,31
(G) **Total despesas na árvore = (A) + (B) + (C) + (D) + (E) + (F)**	R$ 2,75	R$ 3,88	R$ 3,11	R$ 3,52	R$ 3,28	R$ 3,40	R$ 4,30	R$ 4,05
(H) **Colheita** (salários, encargos compulsórios, encargos facultativos, NR 31, EPI´s)	R$ 0,84	R$ 1,03	R$ 1,06	R$ 1,27	R$ 1,41	R$ 1,52	R$ 1,91	R$ 2,19
(I) **Frete de fruta** (remoção interna, frete a indústria e pedágios)	R$ 0,66	R$ 0,74	R$ 0,81	R$ 0,88	R$ 0,90	R$ 0,89	R$ 1,07	R$ 1,02
(J) **Total de despesas posto fábrica em Reais = (G) + (H) + (I)**	R$ 4,25	R$ 5,65	R$ 4,98	R$ 5,67	R$ 5,59	R$ 5,81	R$ 7,28	R$ 7,26
TAXA DE CÂMBIO MÉDIO DE DESEMBOLSO NO PERIODO SAFRA	R$ 3,23	R$ 2,98	R$ 2,84	R$ 2,37	R$ 2,17	R$ 1,87	R$ 1,97	R$ 1,83
(J) Total de despesas posto fábrica em dólares = (G) + (H) + (I)	U$ 1,31	U$ 1,90	U$ 1,75	U$ 2,41	U$ 2,58	U$ 3,15	U$ 3,67	U$ 3,96
DISTÂNCIA MÉDIA PERCORRIDA PELA LARANJA ORIUNDA DOS POMARES PRÓPRIOS ATÉ À FÁBRICA	161 Km	162 km	137 km	133 km	125 km	126 km	133 km	132 km

Fontes: CitrusBR

Pela primeira vez apurou-se o custo operacional médio de produção de 100% das laranjas produzidas pelas indústrias em cada uma das safras, desde 2002/03 até 2009/10. A compilação destes dados também foi feita sob sigilo e individualmente por uma das maiores empresas internacional de auditoria independente.

Estes valores representam o custo operacional de produção de cerca de 35% da laranja processada pela indústria paulista, que é oriunda dos seus próprios pomares espalhados em todo o cinturão, desde Itapetininga, no sul do Estado de São Paulo, até Uberlândia, no Triângulo Mineiro (Tabela 17).

Por se tratar de um custo operacional estão excluídos: custo de formação de pomares com idade entre zero e três anos (CAPEX e financiamentos), custos de arrendamento de terras, custos de depreciação e amortização de máquinas e equipamentos, custos de depreciação ou ganhos de valorização de terras, taxas do Fundecitrus, despesas de financiamento para capital de giro da safra e receitas ou despesas financeiras.

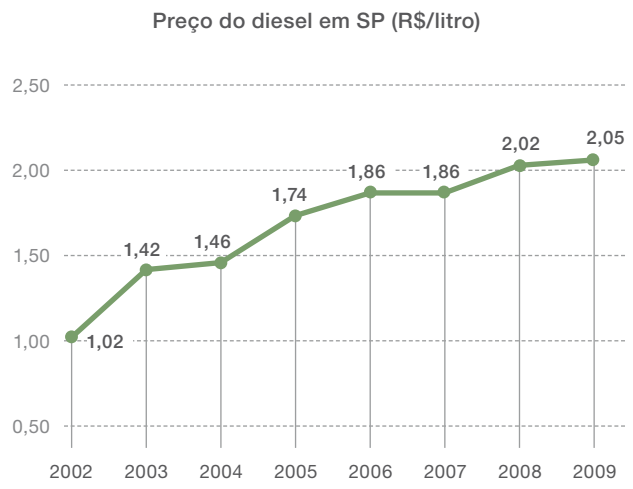
A partir da análise deste custo operacional de produção ao longo dos últimos oito anos, fica evidente o motivo pelo qual tanto tem se falado no setor sobre monitoramento de custo de produção e a busca de alternativas para reduzi-lo em função do aumento do custo dos insumos. O preço do diesel, por exemplo, aumentou em mais de 100% entre os anos de 2002 e 2009, elevando os gastos com atividades mecanizadas e frete. Neste mesmo período, o custo de colheita subiu aproximadamente 160% (incluindo os valores pagos em salário, encargos compulsórios e facultativos, medidas de adequação à NR 31 e EPIs). Em 2009, a colheita foi duas vezes mais cara do que o transporte. Contudo, historicamente, eram custos que apresentavam patamares semelhantes. Entre as safras 2002/03 e 2009/10, os custos com colheita e frete passaram de 35% do custo operacional de produção de laranja para 44% (Gráfico 20).

Ao todo o encarecimento do custo operacional de produção foi cerca de 70% entre as safras 2002/03 e 2009/10, saindo de R$ 4,25/caixa para R$ 7,26/caixa. Nesse período destaca-se a safra 2008/09, na qual aconteceu um incremento significativo de aproximadamente 25% em relação ao ano-safra anterior, puxado principalmente pelo aumento dos preços dos fertilizantes.

Na safra 2002/03, os pomares da indústria brasileira em São Paulo e no Triângulo Mineiro apresentavam custo de produção mais competitivo do que os pomares na Flórida (3,3 vezes inferior), mas esta vantagem a favor da indústria brasileira foi reduzida na safra 2008/09 (Gráfico 21).

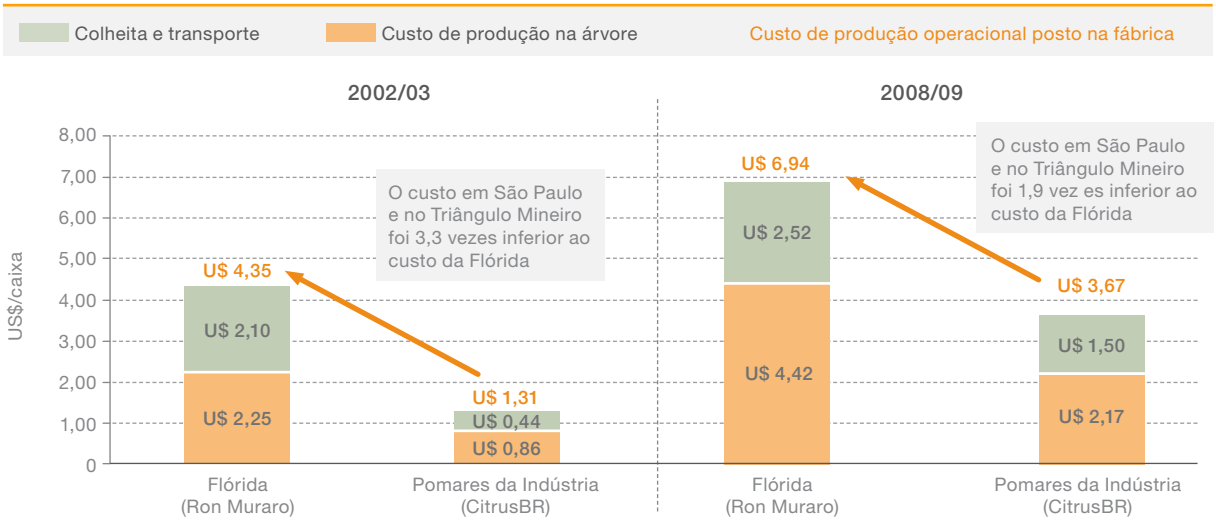
O encarecimento do custo de produção de laranja evidencia a necessidade de repensar a gestão do empreendimento citrícola, a adoção de planejamento da produção, envolvendo a determinação de metas e objetivos de longo prazo, o estabelecimento de ações e a alocação de recursos para atingi-las. Cabe também ao setor público ações integradas de apoio neste repensar da atividade produtiva, pela importância do setor na geração de renda e empregos.

GRÁFICO 20: EVOLUÇÃO NO ESTADO



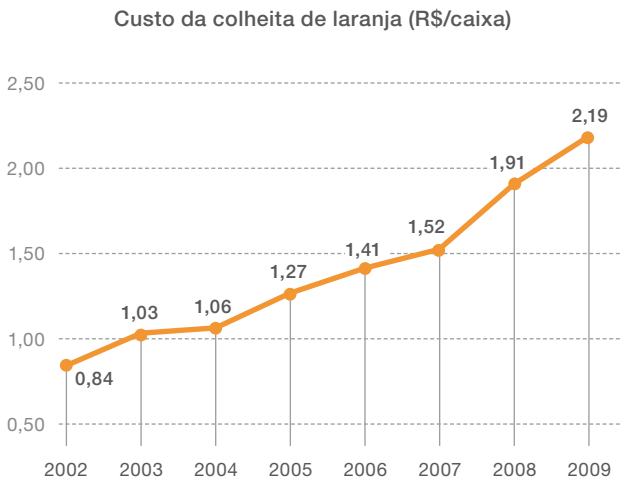
Fonte: Elaborado por Markestrat, a partir de ANP e CitrusBr.

GRÁFICO 21: COMPARAÇÃO DO CUSTO OPERACIONAL DE PRODUÇÃO DE LARANJA DOS POMARES DA INDÚSTRIA NO CINTURÃO CITRÍCOLA E O CUSTO OPERACIONAL DE PRODUÇÃO NA FLÓRIDA EM US$/CAIXA, ENTRE 2002/03 E 2008/09



Fonte: CitrusBR e custo de produção por acre/hectare: UF/IFAS - Citrus REC. Custo de produção por caixa calculado dividindo-se o custo de produção por acre/hectare do UF/IFAS, Ronald Muraro (06/março/2010) pela média da produtividade agrícola da Flórida. Custo de colheita e frete em 2002/03 do Flórida Citrus Outlook 2002/03 Season

DO PREÇO DO DIESEL, DO CUSTO DE FRETE E DO CUSTO DE COLHEITA DE SÃO PAULO PARA PRODUÇÃO DE ALTA TECNOLOGIA



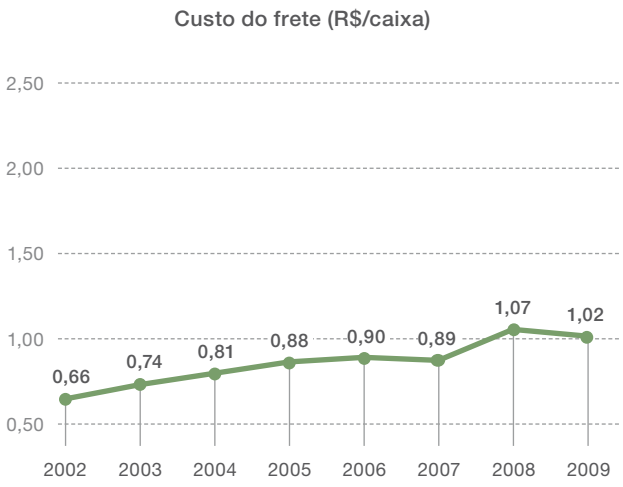


TABELA 19: HISTÓRICO DE CUSTO DE PRODUÇÃO DE

	MILHARES DE ACRES PRODUTIVOS NA FLÓRIDA			MILHARES DE HECTARES PRODUTIVOS NA FLORIDA			ÁRVORES COMERCIAIS PRODUTIVAS NA FLORIDA	DENSIDADE DAS ÁRVORES PRODUTIVAS (ÁRVORES POR ACRE E HECTARE)	
Safra	Laranja	Temples	Total	Laranja	Temples	Total	Laranja+Temple	Acre	Hectare
1982/83	536,8	15,8	552,6	217,2	6,4	223,6	42,928	77,7	192,0
1987/88	380,2	9,3	389,5	153,9	3,8	157,6	35,537	91,2	225,5
1992/93	489,2	7,3	496,5	198,0	3,0	200,9	55,642	112,1	276,9
1997/98	609,2	6,2	615,4	246,5	2,5	249,0	78,587	127,7	315,6
2002/03	587,6	4,2	591,8	237,8	1,7	239,5	76,494	129,3	319,4
2008/09	459,1	0,0	459,1	185,8	0,0	185,8	60,753	132,3	327,0

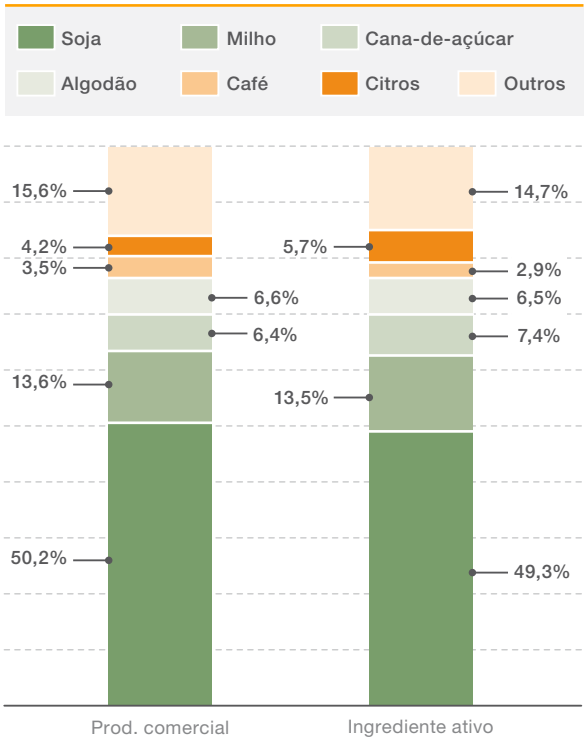
Fontes: Acres e Hectares Produtivos, Plantas Comerciais Produtivas e Produção Total na Flórida: FDOC Citrus Reference Book
Rendimento Agrícola da Flórida: Calculado dividindo-se os dados de Produção Total pelos Acres, Hectares e Pés Produtivo, ambos do FDOC Citrus Reference Book
Custo de Produção Por Acre/Hectare: UF/IFAS - Citrus REC, Apresentaçao de Ronald P. Muraro em 6 de Março de 2010
Custo de Produção Por Caixa: Calculado dividindo-se o Custo de Produção Por Acre/Hectare do UF/IFAS - Ronald P. Muraro pela média de Produtividade Agrícola da Florida
Custo de colheita e frete em 2002/03: Florida Citrus Outlook 2002-03 Season.

20. Defensivos agrícolas na citricultura

Em 2009 houve aumento de 7,7% no volume de vendas de defensivos agrícolas em relação ao ano anterior, totalizando 725.577 toneladas de produto comercial, o equivalente à comercialização de 335.816 toneladas de ingrediente ativo. Desse total, 4,2% das vendas de produtos comerciais, o equivalente a 5,7% dos ingredientes ativos, foram consumidos pela citricultura, movimentando um total de R$ 201 milhões (Gráfico 23). De 2008 para 2009 o setor reduziu o consumo de defensivos em pouco mais de 20%.

Das classes de defensivos, a citricultura se destaca no consumo de acaricidas (que representou 1,7% do faturamento do setor de defensivos em 2009), sendo responsável por 88% do valor comercializado em 2009. Do total de ingrediente ativo consumido pela citricultura, os acaricidas participaram com 39%, seguido pelos inseticidas foliares com 29% e pelos fungicidas de aplicação foliar com 14%. Essas três classes representaram 55% dos gastos com defensivos no setor. A maior pressão do greening e do CVC tem aumentado exponencialmente o consumo de inseticidas na citricultura, de 2003 até os dias atuais houve um crescimento de cerca de 600%.

GRÁFICO 22: PARTICIPAÇÃO DAS CULTURAS NO CONSUMO DE DEFENSIVOS NO BRASIL EM 2009

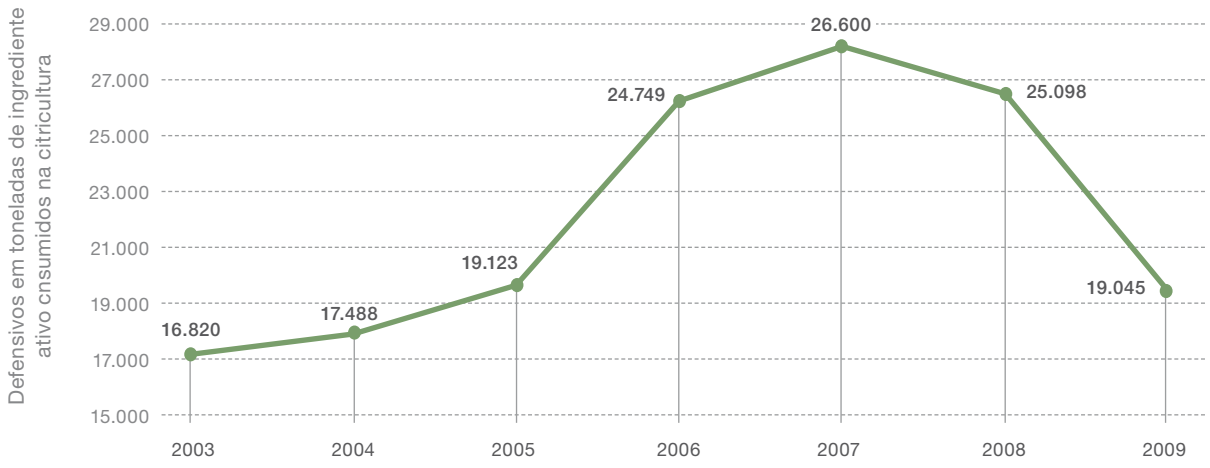


Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de SINDAG

LARANJA DESTINADA À INDÚSTRIA NA FLÓRIDA CENTRAL

PRODUÇÃO NA FLÓRIDA (MILHÕES DE CAIXAS)			PRODUTIVIDADE AGRÍCOLA DA FLÓRIDA (CAIXAS POR ACRE, POR HECTARE E POR ÁRVORE) Laranja + Temple			CUSTO TOTAL DE PRODUÇÃO NA ÁRVORE		
Laranja	Temples	Total	Caixas/acre	Caixas/hectare	Caixas/árvore	US$ Por Acre	US$ Por Hectare	US$ Por Caixa
139,6	4,7	144,3	261,1	645,3	3,36	US$ 548	US$ 1.354	US$ 2,10
138,0	3,6	141,6	363,5	898,3	3,98	US$ 628	US$ 1.551	US$ 1,73
186,6	2,5	189,1	380,9	941,1	3,40	US$ 779	US$ 1.923	US$ 2,04
244,0	2,3	246,3	400,2	989,0	3,13	US$ 766	US$ 1.890	US$ 1,91
203,0	1,3	204,3	345,2	853,1	2,67	US$ 778	US$ 1.922	US$ 2,25
162,4	0,0	162,4	353,7	874,1	2,67	US$ 1.566	US$ 3.866	US$ 4,42

GRÁFICO 23: EVOLUÇÃO DO CONSUMO DE DEFENSIVOS NA CITRICULTURA



Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de SINDAG

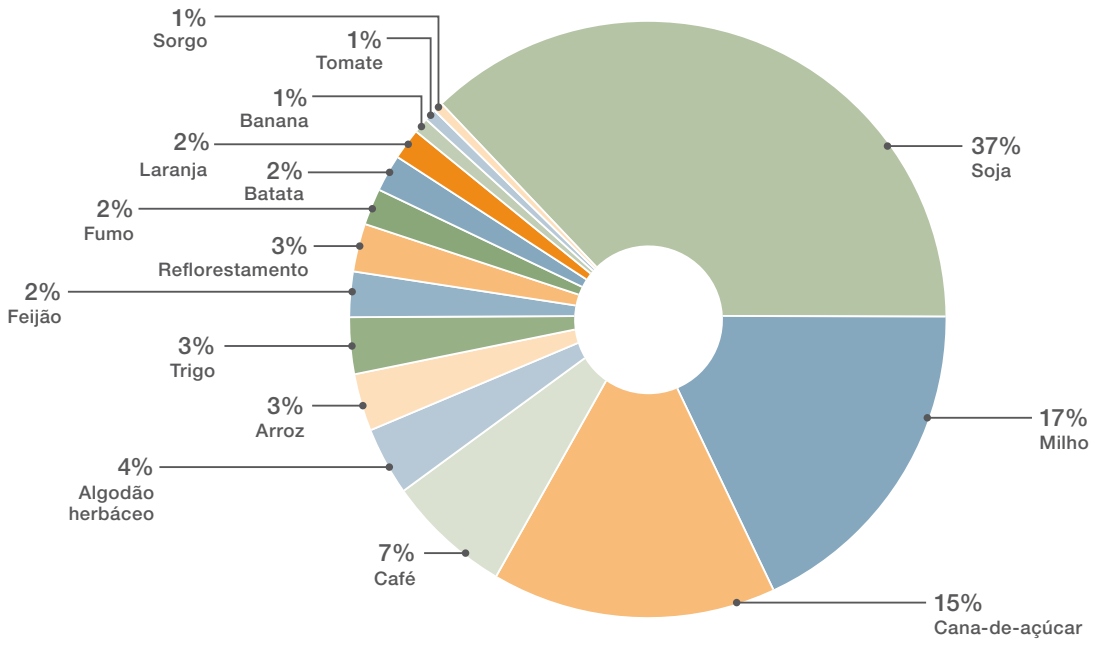
Em 2009, a citricultura foi a segunda cultura mais intensiva em uso de defensivos. Foram aplicados 17,5 kg/ha de ingrediente ativo, sendo 6,8 kg/ha referentes a acaricidas e 5,1 kg/ha referentes a inseticidas. O primeiro lugar ficou com o algodão (27,1 kg/ha) e o terceiro com a soja (7,6 kg/ha).

A expectativa do setor é de que em 2010 o volume de vendas de defensivos agrícolas supere em 10% o realizado em 2009. Para a citricultura, a perspectiva para a safra 2010/11 é de aumento no consumo, em função da melhora na relação de troca e dos preços mais atrativos para a laranja e para o suco de laranja no mercado internacional.

21. Fertilizantes na citricultura

Apesar de ter havido uma queda geral de 1% na quantidade de fertilizantes utilizada em todo o agronegócio em comparação ao ano anterior, na cultura da laranja a queda foi em torno de 6,3%, evidenciando a dificuldade enfrentada pelos produtores nos últimos anos, em função principalmente do preço pouco atrativo e da dificuldade de acesso ao crédito. Mesmo assim, a participação no consumo manteve-se estável em 2% do consumo total, atrás de outras 11 culturas (Gráfico 24).

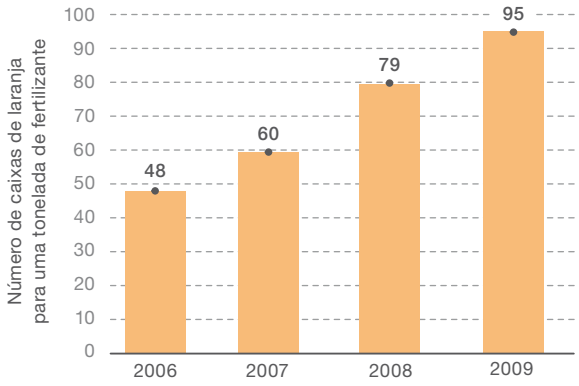
GRÁFICO 24: PARTICIPAÇÃO NO CONSUMO DE FERTILIZANTES EM PERCENTUAL POR CULTURA



Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de dados da ANDA

Em termos de consumo por área (kg/ha), a laranja aparece como a sexta cultura de maior uso, com uma aplicação de 362 kg/ha em 2009, uma redução de 10,2% em relação a 2008 e de 26,3% em relação a 2007. A participação do custo de adubação na receita bruta obtida com a venda da laranja também tem se elevado, passando de 5% em 2007 para 7% em 2008 e 8% em 2009. Isso evidencia a piora na relação de troca para o período na atividade. Em 2007, eram necessárias 60 caixas de 40,8 kg de laranja para adquirir uma tonelada de fertilizante. Em 2009, esse valor passou para 95 caixas (Gráfico 25).

GRÁFICO 25: RELAÇÃO DE TROCA ENTRE CAIXA DE LARANJA E FERTILIZANTE



Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de ANDA

22. Salário mínimo

Aqui está outro grande impacto na citricultura, por essa utilizar intensamente mão de obra, principalmente na etapa da colheita que ainda é realizada quase totalmente de forma manual. Por isso, os aumentos concedidos ao salário mínimo tendem a onerar os custos de produção, reduzindo as margens da atividade.

Em outubro de 1994, pouco tempo após o início do plano real, o salário mínimo era de R$ 70 e a caixa de laranja destinada à indústria era cotada a R$ 2,92. O último aumento do salário mínimo, em janeiro de 2010, levou o mesmo a R$ 510, uma elevação de 628% no período, enquanto o preço médio da caixa de laranja entregue para a indústria era cotado a R$ 7,70, valorizando 253% (Gráfico 26).

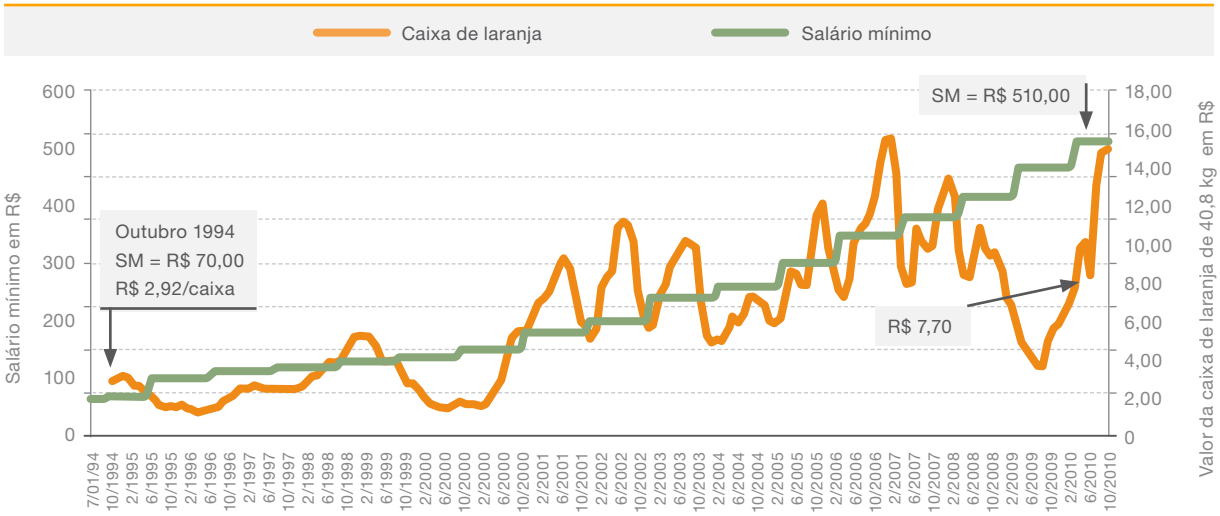
Nos últimos cinco anos, 2009 foi o que apresentou a pior relação de troca entre preço da caixa de laranja e o salário mínimo, ou seja, neste ano um salário mínimo era o equivalente a 92 caixas de laranja, 49 caixas a mais em relação ao ano de 2008. A recuperação do preço da caixa de laranja no primeiro semestre de 2010 ajudou a reduzir o impacto nos custos de produção, mas a relação de troca de 48 caixas para um salário mínimo continua bem acima daquela de outubro de 1994.

23. Empregos e condições de trabalho

No cinturão citrícola de São Paulo, assim como acontece nas principais regiões produtoras de laranja do mundo, na Flórida, Califórnia, Portugal, Espanha, Itália, Grécia, China e na Índia, as atividades de plantio dos pomares, cultivo da safra, colheita das frutas e transporte da laranja até o ponto de compra, seja uma packing house ou uma indústria de suco, são de responsabilidade dos produtores agrícolas, assim como acontece com outras frutas e commodities cultivadas mundo afora, como a maçã, uva, café, soja, milho, trigo entre outras.

De acordo com dados do Ministério de Trabalho e Emprego, a safra de laranja de 2009/10 começou em julho com cerca de 58 mil trabalhadores contratados no Brasil no cultivo de laranja. Ao longo da safra são admitidos trabalhadores temporários que normalmente

GRÁFICO 26: EVOLUÇÃO DO PREÇO DA CAIXA DE LARANJA NO MERCADO SPOT (CEPEA) VERSUS SALÁRIO MÍNIMO



Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de CEPEA e Ipeadata

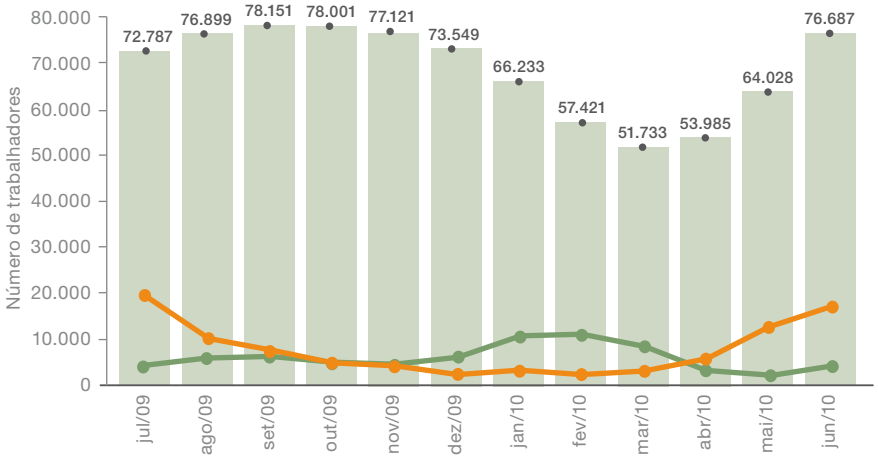
são desligados no final do período. Em julho/2010, a soma dos trabalhadores admitidos desde o início da safra totalizou 94 mil pessoas. Assim, ao longo do ano-agrícola 2009/10, cerca de 150 mil trabalhadores foram alocados em atividades no campo, sendo que na indústria de suco concentrado de laranja, são cerca de sete mil trabalhadores fixos e quatro mil temporários, totalizando 11 mil ao longo da safra. Em junho de 2010, o saldo de trabalhadores no cultivo de laranja era de 77 mil e na indústria de suco de laranja era de cerca de sete mil. Considerando que, na cadeia produtiva da laranja, cada emprego direto no campo gera dois indiretos ao longo da cadeia, estima-se que existem cerca de 230 mil trabalhadores envolvidos na citricultura.

Em termos de remuneração, segundo dados da Relação Anual de Informações Sociais do Ministério do Trabalho, os trabalhadores alocados nas fábricas de suco de laranja, que possuem escolaridade maior do que os trabalhadores do campo, são mais bem

GRÁFICO 27: MAPEAMENTO DOS TRABALHADORES NO CULTIVO DE LARANJA E PRODUÇÃO DE SUCO

Saldo de trabalhadores mensal — Admitidos — Desligados

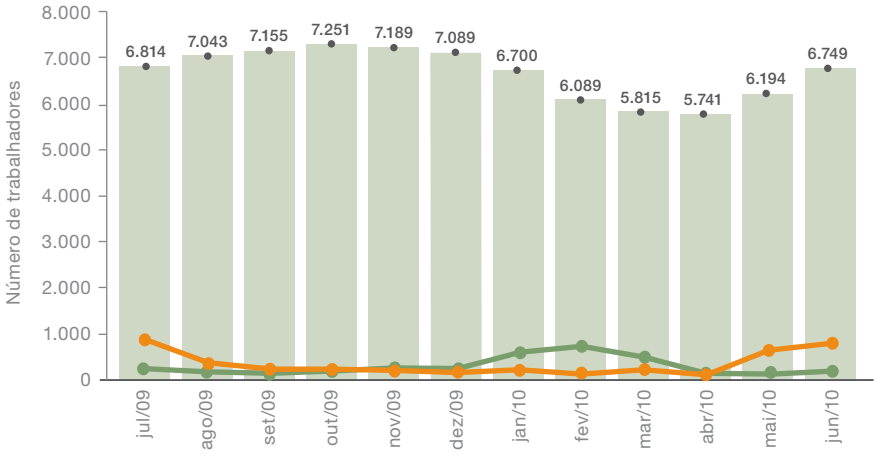
Trabalhadores no cultivo de laranja



Saldo em 1º/julho/09	57.744
Admitidos de jul/09 a jun/10:	94.163
Demitidos de jul/09 a jun/10:	75.220
Saldo em 31/jun/10:	76.687
Total*:	**170.850**
Renda média Mensal:	R$ 683,00
	US$ 380,00
Massa salarial 2009 em milhões: US$ 314,00	

**pessoas que trabalharam no cultivo de laranja em 2009*

Trabalhadores na indústria de sucos



Saldo em 01/julho/09	6.162
Admitidos de jul/09 a jun/10:	4.258
Demitidos de jul/09 a jun/10:	3.671
Saldo em 31/jun/10:	6.749
Total*:	**170.850**
Renda média Mensal:	R$ 1.452,00
	US$ 807,00
Massa salarial 2009 em milhões: US$ 64,4	

**pessoas que trabalharam na indústria de sucos em 2009*

Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de RAIS e CAGED.

remunerados, ou seja, ganham em média cerca de R$ 1.445,00 contra R$ 680 dos trabalhadores que se dedicam ao cultivo. A massa salarial do setor citrícola gerada no ano-agrícola 2009/10 é estimada em R$ 676,62 milhões ou US$ 378,4 milhões (Gráfico 27).

Nenhuma outra cultura absorve tamanha quantidade de trabalhadores temporários por hectare no estado de São Paulo como a citricultura. Nas plantações de cana, por exemplo, a razão é de um emprego temporário para cada 41 hectares cultivados, ao passo que no caso da laranja a razão é de um emprego para cada 9 hectares. Este dado mostra a importância do setor na geração de empregos no campo, que contribuem para a movimentação da economia de muitos municípios brasileiros, localizados em maior número no estado de São Paulo. Na atividade de colheita não há distinção entre homens e mulheres para contratação, a restrição é que sejam maiores de 18 anos. A composição das equipes de colhedores na safra 2009/10 foi de 65% de homens e 35% de mulheres. Na cana, 90% dos trabalhadores são homens.

A segurança e saúde no trabalho são garantidas aos trabalhadores pela legislação brasileira, Norma Reguladora 31, que estabelece a necessidade do empregador rural em oferecer adequadas condições de trabalho, higiene e conforto. Nesse sentido, uma série de itens deve ser contemplados, como o uso de roupas adequadas, boné e chapéu para evitar queimaduras de sol, calçados para proteger-se do mato e insetos, disponibilidade de banheiros e abrigos contra a chuva, bem como suspensão da colheita em caso de temporais.

24. Políticas de incentivo à produção

Apesar da importância econômica e social para o Brasil, o setor citrícola é carente de políticas de incentivo à produção, principalmente no segmento dos pequenos produtores que têm sofrido por não conseguirem renovar seus pomares com tecnologias mais adequadas para ganhos de produtividade.

No Plano Agrícola e Pecuário para a safra 2010/2011 do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, por exemplo, não constam diretrizes específicas para o setor quando são abordados os tópicos de: Preço Mínimo, Linha Especial de Crédito (LEC) e Crédito Rural para Custeio e Comercialização. Também não há menção direta para os produtos citrícolas dos limites de adiantamento de custeio e de Empréstimos do Governo Federal, ficando este enquadrado nas diretrizes do setor mais abrangente da Fruticultura.

Nas ferramentas disponibilizadas para a gestão do risco, a citricultura faz parte das culturas contempladas com Estudos de Zoneamento Agrícola de Risco Climático e está inclusa no Programa de Subvenção ao Prêmio de Seguro Rural. Entretanto, este último ainda é pouco utilizado, atingindo, em 2009, apenas 11% de toda área ocupada pela agricultura brasileira.

Algumas melhorias em termos de incentivo à produção citrícola, ainda que tímidas, começam a ser observadas a partir da safra 2010/11. Os empreendimentos em citricultura passaram a ser enquadrados no Programa de Garantia da Atividade Agropecuária (Proagro), que visa liberar os produtores de suas obrigações financeiras em operações de crédito rural de custeios e indenizar os recursos próprios aplicados em caso de perdas financeiras decorrentes de eventos climáticos adversos ou pragas e doenças sem método de combate, controle ou profilaxia difundido.

Por iniciativa do secretário de agricultura do estado de São Paulo, João de Almeida Sampaio Filho, um avanço importante para o setor foi a criação do seguro rural contra o greening e cancro cítrico, totalizando R$ 35 milhões em recursos. Serão beneficiados citricultores com até 20 mil pés, cerca de 87% dos produtores do Estado de São Paulo. Novos incentivos aparecem também com a doação de 36 máquinas extratoras de sucos prontos para

beber, para as prefeituras dos municípios citrícolas que tenham interesse em incluir o suco de laranja no cardápio das merendas escolares.

Embora estas recentes conquistas sejam relevantes para o setor, ainda existem grandes barreiras que precisam ser superadas, a exemplo da questão tributária. O suco de laranja para venda no mercado interno sofre pesada tributação quando comparado ao vendido para o mercado externo, desestimulando a expansão do consumo no mercado nacional, somente os impostos sobre a receita de vendas são de ICMS 12%, IPI 5%, PIS 1,65%, COFINS 7,60%. Além disso, a empresa citrícola exportadora não pode utilizar o crédito presumido de PIS e COFINS, ou seja, o crédito sobre aquisição de matérias-primas adquiridas junto a pessoas físicas. Estes impostos federais previstos inicialmente no artigo 8º das Leis 10.637 e 10.833 eram passíveis de compensação com débitos do próprio PIS e COFINS, com outros impostos ou ainda objeto de ressarcimento. Editou-se então, a Lei 10.925 que veio revogar o artigo 8º de ambas as leis, passando a tratar do crédito presumido, continuando passível de compensação com débitos do PIS e da COFINS. No entanto, esta lei não mais previa a possibilidade de compensação com outros impostos ou ser objeto de ressarcimento. Em dezembro de 2005, a Receita Federal fez publicar no Diário Oficial, o Ato Declaratório Interpretativo nº 15 para afirmar que os créditos não poderiam ser objetos de compensação com outros tributos ou de ressarcimento. Em março de 2006, a Receita publicou a Instrução Normativa nº 636, para regulamentar o crédito presumido, confirmando a não possibilidade de compensação com outros tributos nem ressarcimento e com efeitos a partir de agosto de 2004, ou seja, dos efeitos da publicação da Lei 10.925.

Assim, a empresa predominantemente exportadora não pode utilizar-se desse crédito, visto que o mesmo só pode ser compensado com débitos próprios de PIS e da COFINS, acumulando-se com um montante expressivo sem utilização. Estima-se que este valor seja algo em torno de R$ 0,30 por caixa, que poderia devolver ao produtor cerca de R$ 60 milhões, considerando uma movimentação de 200 milhões de caixas em um ano. A estimativa do estoque acumulado de créditos tributários federais (PIS e COFINS) do setor atingiu em outubro/2010 cerca de R$ 450 milhões. Em relação ao estoque de ICMS a estimativa setorial é de cerca de R$ 260 milhões até a mesma data.

Além disso, é notório o apoio de países desenvolvidos e de alguns países emergentes aos seus setores agrícolas, seja na forma de mecanismos de auxílio ao produtor seja subsídios diretos. Conforme recente estudo do professor André Nassar do Instituto ICONE, considerando todos os tipos de subsídios concedidos aos agricultores, é significativa a diferenciação do Brasil com relação aos EUA, à União Europeia e Japão. Enquanto o estabelecimento rural norte-americano recebe, em média, US$ 56 mil por ano, o europeu, US$ 27; mil e o japonês, US$ 20 mil; o brasileiro recebe US$ 1,1 mil. Calculando o total de subsídios em relação ao valor total da produção, verifica-se 63% no Japão, 43% nos EUA, 33% na União Europeia e apenas 6% no Brasil.

A política deliberada de vários países desenvolvidos e alguns emergentes como a Índia em transferir renda da economia urbana para a economia rural não acontece no Brasil. O consumidor brasileiro beneficia-se de produtos agrícolas a preços de mercado. O contribuinte não tem que custear os problemas de renda do setor agrícola, como no caso dos países desenvolvidos. O modelo brasileiro é melhor, embora seus produtos tenham que enfrentar a concorrência desleal da agricultura subsidiada de outros países. Ainda que setores industriais manufatureiros como o automobilístico e o de linha branca tenham recebido incentivos temporários do governo brasileiro com a redução do IPI, em nenhum momento o setor agrícola desfrutou de tais benefícios.

Os casos do subsídio do algodão nos EUA e do açúcar na União Europeia, além da utilização de medidas anti-dumping contra o suco de laranja brasileiro nos EUA, são exemplos recentes das dificuldades enfrentadas pelos exportadores brasileiros.

Esta é uma agenda infinita, na qual o governo brasileiro, junto com o setor privado e contando com apoio de universidades, institutos de pesquisa deve atuar com rigor e eficiência.

25. Ciclo do capital de giro e fontes de financiamento disponível

As empresas de suco de laranja estão entre as mais penalizadas pelos longos ciclos e descompasso entre o custeio da safra – em função do desembolso de recursos aos fornecedores de matéria-prima – e os recebíveis dos clientes internacionais. A necessidade de capital de giro das indústrias de suco é equivalente a nove a 11 meses e quanto maior forem seus estoques de passagem de uma safra para a outra, maior será a necessidade de capital de giro.

Ao contrário do boi, que é fornecido aos frigoríficos durante todo o ano, processado e exportado, a laranja por ser sazonal só chega às indústrias no segundo semestre, com isso, todo suco entregue aos envasadores a partir dos terminais marítimos na Bélgica, Holanda, Estados Unidos, Japão e Coreia do Sul, no período entre janeiro a setembro, é proveniente de laranja paga pela indústria, e processada entre julho e dezembro do ano anterior. Portanto, em função dos adiantamentos aos citricultores antes do início da colheita, e dos prazos de pagamento concedidos aos envasadores após a entrega do produto físico no exterior a indústria brasileira acaba assumindo um papel importante no financiamento da produção de toda a cadeia produtiva.

O fortalecimento da atuação creditícia do governo seria importante, especialmente para aqueles produtores que direcionam a sua produção para consumo de mesa ou para maior liberdade para produtores negociarem sua produção com a indústria.

Segundo o Anuário Estatístico do Crédito Rural, divulgado pelo Banco Central, em 2009 o sistema financeiro nacional concedeu R$ 75 bilhões para o financiamento da agropecuária através de 2,5 milhões de contratos. Desses, R$ 54 bilhões foram utilizados para a agricultura, sendo 47% para o custeio, 19% para comercialização (EGF, précomercialização, CPR e desconto de NPR e DR), 2% para investimento, 1% para beneficiamento e industrialização, 1% para estocagem, entre outros. Entretanto, apenas um percentual pequeno dos financiamentos é aplicado na citricultura.

Dos recursos para custeio, 3% foram destinados para a cultura do citros, contra 32% para a soja, 17% para o milho, 11% para o café e 9% para a cana-de-açúcar; dos recursos para comercialização, 0,1% foi destinado para a cultura do citros, contra 25% para o milho, 17% para o arroz, 10% para a cana-de-açúcar, 6% para a soja e 3% para o café. Dos financiamentos para beneficiamento ou industrialização, a citricultura recebeu menos de 0,1% do volume, contra 44% da cana-de-açúcar e 41% do café; e para a finalidade investimento para a formação de cultura perene 8% foram aplicados para pomares citrícolas, contra 33% para a cana-de-açúcar e 10% para o café. A concessão de crédito para estocagem é dificultada pela alta perecibilidade do fruto citrícola, que impede sua estocagem por períodos prolongados.

Para a citricultura, foram direcionados um total de R$ 948,5 milhões por meio de 13.853 contratos com valor médio de, aproximadamente, R$ 68.500; sendo que 95% do volume foi aplicado na cultura da laranja. Os recursos financeiros foram distribuídos por meio da concessão de custeio (R$ 855 milhões); investimento para a formação de pomares citrícolas (R$ 85,5 milhões); recursos para comercialização, através de descontos de NPR e DR (R$ 5,4 milhões); CPRs (R$ 2,5 milhões); e recursos para beneficiamento e/ou industrialização (um único contrato no valor de R$ 150 mil). Vale ressaltar que as CPRs aqui mencionadas referem-se apenas àquelas registradas no sistema financeiro nacional, não incorporando as CPR´s de balcão, que têm importante papel como instrumento de financiamento.

O Estado de São Paulo foi o que mais recebeu recursos de financiamento liberados para a citricultura, cerca de 90% do custeio da produção e 54% do recurso para investimento. Além disso, 100% do volume financeiro das CPR´s foi destinado para os pomares paulistas de laranja. O Estado da Bahia foi contemplado com 16% dos recursos destinados para o investimento nos pomares citrícolas. Entretanto, enquanto o valor médio do contrato em São Paulo foi de R$ 133 mil, na Bahia foi de R$ 22 mil. A citricultura definitivamente merece mais atenção.

26. Preço da laranja

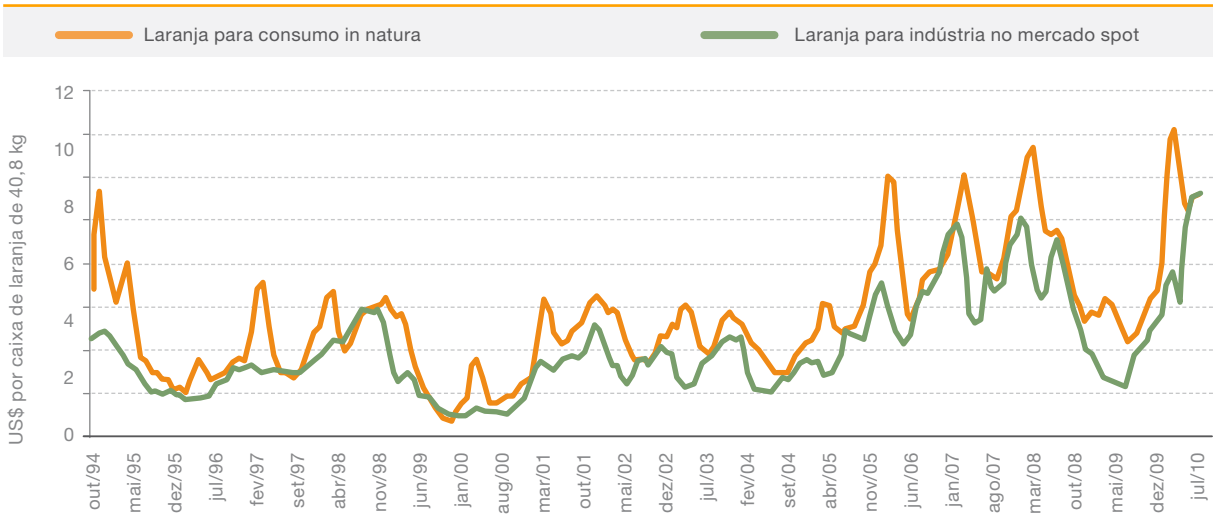
Assim como para as demais commodities agrícolas, tanto o citricultor quanto a indústria processadora, são tomadores de preços, ficando expostos à oscilação conforme a variação entre a oferta e a demanda de laranja, a expectativa de consumo no mercado mundial de suco, do consumo doméstico de fruta in natura e as projeções de estoques de passagem. No geral, o preço recebido pelo produtor varia de acordo com o destino da fruta, sendo que o valor agregado à laranja para ser consumida in natura tende a ser mais elevado do que a laranja entregue para processamento industrial por causa da maior exigência quanto aos aspectos visuais e intrínsecos (Gráfico 28).

As indústrias brasileiras de suco de laranja plantam em média 35% das frutas que utilizam para a produção de suco, adquirindo 65% da matéria-prima de produtores independentes, os quais têm a liberdade de planejar o destino da sua produção, optando por vender à indústria ou ao crescente mercado de fruta in natura.

A cadeia citrícola paulista funciona de modo semelhante à da Flórida. A indústria compra a laranja dos citricultores em alguns modelos como: contratos de longo prazo com preços fixos prédeterminados; contratos de longo prazo com ou sem preço mínimo garantido e com gatilhos de preços indexados às médias reais auditadas, obtidas dos preços de venda do suco concentrado por cada uma das indústrias no mercado externo entre o período de julho e junho de cada safra; contratos de longo prazo com ou sem preço mínimo garantido diretamente ligado às cotações diárias e médias anuais do preço da commodity na Bolsa de Nova York; contratos de compra de laranja durante o período da safra ao preço do dia, o chamado mercado spot ou portão; e ainda mediante contratos de arrendamento ou parceria agrícola de longo prazo.

Os preços da laranja em cada modalidade são determinados pela situação de oferta e demanda de suco de laranja no momento em que cada contrato é assinado. A oferta e demanda de suco e laranja no mercado baliza nos preços do suco cotados na Bolsa de Nova York. Esses preços e as demais condições do mercado variam em uma mesma safra, trazendo preços de contratos de compra de laranja diferentes uns dos outros, dependendo das condições de mercado no momento da assinatura de cada contrato.

GRÁFICO 28: EVOLUÇÃO DO PREÇO PAGO AO PRODUTOR PELA CAIXA DE LARANJA



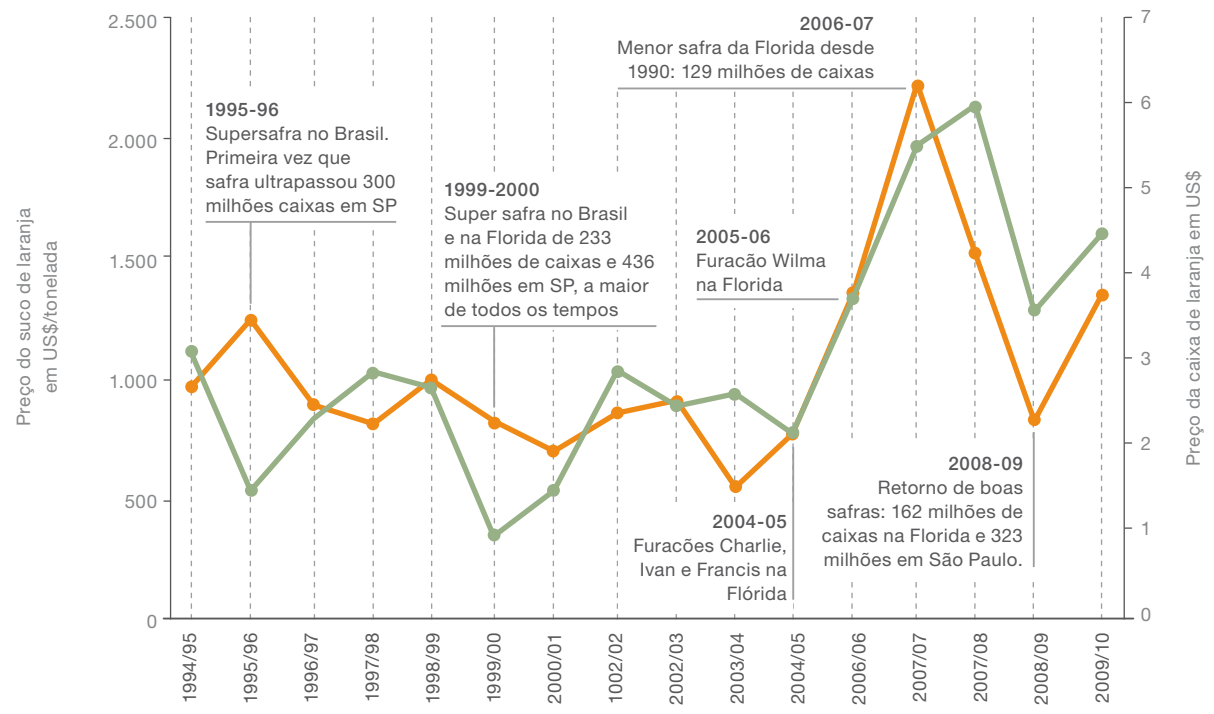
Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de Cepea

Cada tipo de contrato tem vantagens e riscos próprios. Os contratos de longo prazo, geralmente com dois a cinco anos de duração, protegem o produtor contra flutuações negativas do preço do suco, como ocorreu nas safras de 2007/08, 2008/09 e 2009/10. Entretanto, nesses casos, o produtor não aproveita as oportunidades do mercado quando ocorre uma elevação no preço do mercado spot, como observado no primeiro semestre de 2010. O mercado spot, por sua vez, é imprevisível, refletindo condições de mercado específicas de cada safra. Quando o suco de laranja está em alta, quem vende no mercado spot consegue preços superiores aos contratos de longo prazo. Quando o mercado internacional está em baixa, em geral são os produtores com contratos de preço fixo que obtêm melhor resultado.

O preço que a indústria paga pela laranja é decorrente preços internacionais correntes e futuros do suco, bem como das expectativas do mercado quanto à oferta e demanda futuras de laranjas, no momento em que cada contrato de compra de laranja é negociado. O Gráfico 29 mostra que existe relativa aderência entre o preço do suco de laranja na Bolsa de Nova York e o preço da caixa de laranja no mercado spot no Brasil.

O preço da caixa de laranja afeta diretamente o custo de produção do suco de laranja brasileiro, sendo determinante na sua relação de competitividade em relação a outras bebidas como suco de outras frutas e demais bebidas não alcoólicas em geral. Outro fator a ser considerado na competitividade é o imposto de importação pago nos Estados Unidos para a entrada do suco de laranja nacional e os custos logísticos e portuários que incorrem sobre o produto brasileiro para ser transportado até esse destino. Os preços praticados nas safras 2002/03 a 2008/09 evidenciam que os valores recebidos pelos citricultores brasileiros foram próximos aos recebidos pelos produtores da Flórida (Tabela 20).

GRÁFICO 29: PREÇO DO FCOJ NA BOLSA DE NOVA YORK VERSUS PREÇO DA CAIXA DE LARANJA



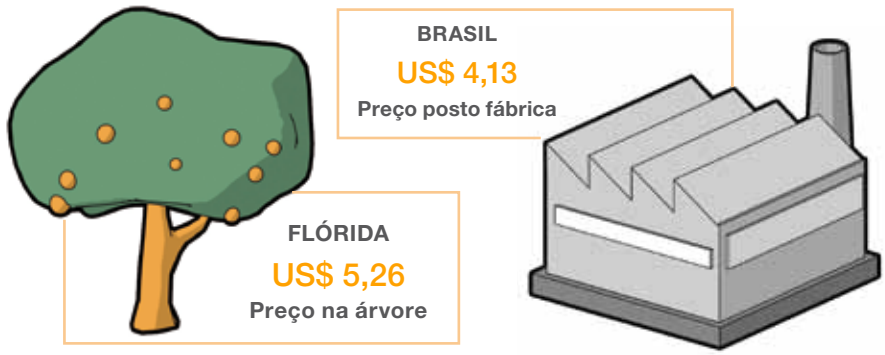
Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de CitrusBR e CEPEA

TABELA 20: COMPARAÇÃO ENTRE O PREÇO DA CAIXA DE LARANJA NO CINTURÃO CITRÍCOLA E NA FLÓRIDA

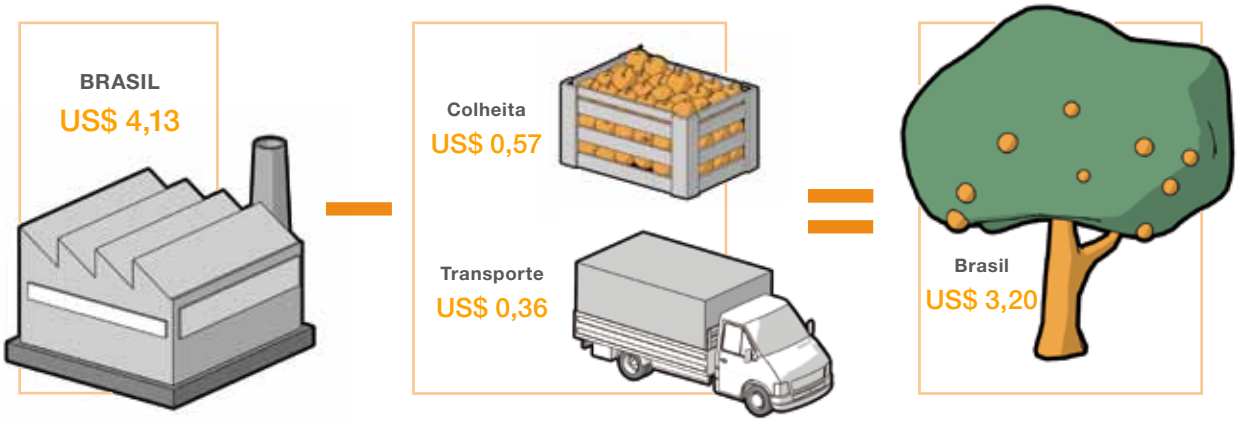
	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	MÉDIA
RECEITA NA ARVORE DA LARANJA FORNECIDA A INDÚSTRIA NA FLÓRIDA								
Variedades precoces	$2,42	$2,09	$2,54	$4,60	$8,70	$5,79	$4,60	U$ 4,39
Valencia	$3,80	$3,67	$4,17	$6,38	$11,55	$7,30	$6,25	U$ 6,16
TOTAL	**$3,05**	**$2,85**	**$3,31**	**$5,49**	**$10,12**	**$6,57**	**$5,40**	**U$ 5,26**
TAXA DE CÂMBIO								
Julho	R$ 2,90	R$ 2,87	R$ 3,04	R$ 2,37	R$ 2,19	R$ 1,89	R$ 1,59	
Agosto	R$ 3,13	R$ 3,00	R$ 3,01	R$ 2,36	R$ 2,16	R$ 1,96	R$ 1,61	
Setembro	R$ 3,31	R$ 2,92	R$ 2,90	R$ 2,30	R$ 2,16	R$ 1,98	R$ 1,79	
Outubro	R$ 3,82	R$ 2,86	R$ 2,85	R$ 2,26	R$ 2,15	R$ 1,81	R$ 2,17	
Novembro	R$ 3,59	R$ 2,91	R$ 2,79	R$ 2,21	R$ 2,15	R$ 1,76	R$ 2,25	
Dezembro	R$ 3,63	R$ 2,93	R$ 2,72	R$ 2,28	R$ 2,15	R$ 1,79	R$ 2,39	
Janeiro	R$ 3,43	R$ 2,85	R$ 2,69	R$ 2,28	R$ 2,14	R$ 1,77	R$ 2,31	
INDICAÇÃO CEPEA DE PREÇO DE LARANJA POSTO FÁBRICA PARA MODALIDADE SPOT - REAIS POR CAIXA 40,8 kg								
Julho	R$ 7,75	R$ 7,85	R$ 5,51	R$ 8,71	R$ 10,06	R$ 10,93	R$ 10,95	
Agosto	R$ 8,25	R$ 8,75	R$ 6,22	R$ 8,44	R$ 10,76	R$ 10,16	R$ 9,71	
Setembro	R$ 8,48	R$ 9,24	R$ 5,98	R$ 7,94	R$ 11,04	R$ 9,78	R$ 9,33	
Outubro	R$ 10,85	R$ 9,72	R$ 6,39	R$ 7,86	R$ 11,52	R$ 9,89	R$ 9,57	
Novembro	R$ 11,21	R$ 10,20	R$ 7,23	R$ 9,70	R$ 12,51	R$ 11,77	R$ 8,63	
Dezembro	R$ 10,98	R$ 9,98	R$ 7,31	R$ 11,53	R$ 14,26	R$ 12,61	R$ 7,27	
Janeiro	R$ 10,07	R$ 9,87	R$ 7,08	R$ 12,13	R$ 15,46	R$ 13,46	R$ 6,80	
MÉDIA CEPEA SPOT POSTO FÁBRICA	**R$ 9,66**	**R$ 9,37**	**R$ 6,53**	**R$ 9,47**	**R$ 12,23**	**R$ 11,23**	**R$ 8,89**	**R$ 9,63**
MENOS CUSTO DE COLHEITA	**-R$ 0,84**	**-R$ 1,03**	**-R$ 1,06**	**-R$ 1,27**	**-R$ 1,41**	**-R$ 1,52**	**-R$ 1,91**	**-R$ 1,29**
MENOS CUSTO DE TRANSPORTE À FÁBRICA	**-R$ 0,66**	**-R$ 0,74**	**-R$ 0,81**	**-R$ 0,88**	**-R$ 0,90**	**-R$ 0,89**	**-R$ 1,07**	**-R$ 0,85**
MÉDIA SPOT ESTIMADO NA ÁRVORE	**R$ 8,16**	**R$ 7,60**	**R$ 4,66**	**R$ 7,32**	**R$ 9,92**	**R$ 8,82**	**R$ 5,91**	**R$ 7,49**
INDICAÇÃO CEPEA DE PREÇO DE LARANJA POSTO FÁBRICA PARA MODALIDADE SPOT - DÓLARES POR CAIXA 40,8 kg								
Julho	U$ 2,67	U$ 2,73	U$ 1,81	U$ 3,68	U$ 4,59	U$ 5,79	U$ 6,87	
Agosto	U$ 2,64	U$ 2,92	U$ 2,07	U$ 3,58	U$ 4,99	U$ 5,17	U$ 6,05	
Setembro	U$ 2,56	U$ 3,16	U$ 2,06	U$ 3,44	U$ 5,10	U$ 4,95	U$ 5,20	
Outubro	U$ 2,84	U$ 3,39	U$ 2,24	U$ 3,48	U$ 5,36	U$ 5,48	U$ 4,42	
Novembro	U$ 3,13	U$ 3,51	U$ 2,59	U$ 4,39	U$ 5,81	U$ 6,68	U$ 3,83	
Dezembro	U$ 3,03	U$ 3,41	U$ 2,68	U$ 5,07	U$ 6,63	U$ 7,06	U$ 3,04	
Janeiro	U$ 2,93	U$ 3,46	U$ 2,63	U$ 5,32	U$ 7,23	U$ 7,59	U$ 2,94	
MÉDIA CEPEA SPOT POSTO FÁBRICA	**U$ 2,83**	**U$ 3,23**	**U$ 2,30**	**U$ 4,14**	**U$ 5,67**	**U$ 6,10**	**U$ 4,62**	**U$ 4,13**
MENOS CUSTO DE COLHEITA	**-U$ 0,25**	**-U$ 0,35**	**-U$ 0,37**	**-U$ 0,55**	**-U$ 0,65**	**-U$ 0,83**	**-U$ 0,96**	**-U$ 0,57**
MENOS CUSTO DE TRANSPORTE À FABRICA	**-U$ 0,19**	**-U$ 0,25**	**-U$ 0,28**	**-U$ 0,38**	**-U$ 0,42**	**-U$ 0,48**	**-U$ 0,54**	**-U$ 0,36**
MÉDIA SPOT ESTIMADO NA ÁRVORE	**U$ 2,39**	**U$ 2,63**	**U$ 1,65**	**U$ 3,21**	**U$ 4,60**	**U$ 4,79**	**U$ 3,12**	**U$ 3,20**
ADICIONAL DE IMPOSTO DE IMPORTAÇÃO AMERICANO	**U$ 1,79**	**U$ 1,79**	**U$ 1,79**	**U$ 1,79**	**U$ 1,79**	**U$ 1,79**	**U$ 1,79**	**U$ 1,79**
MÉDIA CEPEA SPOT ESTIMADO NA ÁRVORE COM IMPOSTO DE IMPORTAÇÃO AMERICANO	**U$ 4,18**	**U$ 4,42**	**U$ 3,44**	**U$ 5,00**	**U$ 6,39**	**U$ 6,58**	**U$ 4,91**	**U$ 4,99**

Fonte: Elaborado pela Markestrat a partir de CEPEA e Citrus Reference Book 2010.

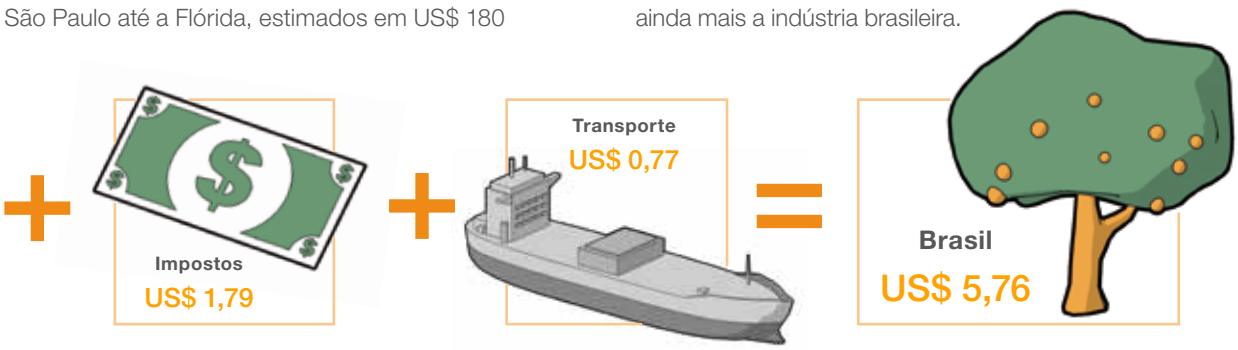
Nesse período, de acordo com o Citrus Reference Book, publicado em agosto de 2010, o preço pago ao produtor na Flórida pela laranja na árvore foi de US$ 5,26 por caixa, enquanto no Brasil o produtor recebeu em média US$ 4,13 no mercado spot posto fábrica medido pelo CEPEA.



No entanto, pelo fato do Citrus Reference Book apenas divulgar o preço na árvore e o CEPEA apenas o preço posto fábrica, é preciso subtrair do preço do CEPEA o custo de colheita e transporte até à indústria, que de acordo com as compilações feitas pela auditoria internacional, em média, no período de 2002/03 a 2008/09, foi de US$ 0,57/caixa para colheita e US$ 0,36/caixa para transporte, o que resultou em um custo estimado do CEPEA na árvore de US$ 3,20.



Depois, ainda é necessário adicionar US$ 1,79/caixa referente ao Imposto de Importação americano do suco que é pago para entrar naquele país, em valor equivalente à caixa de laranja, isso equivaleria a um preço da laranja brasileira na árvore de US$ 4,99 por caixa (após o pagamento do "pedágio" americano), apenas 5% abaixo do preço recebido pelo produtor na Flórida. Se considerados os custos logísticos para transportar o suco da indústria no interior de São Paulo até a Flórida, estimados em US$ 180 por tonelada de FCOJ ou US$ 0,77/caixa de laranja, chega-se à conclusão de que a caixa de laranja teria custado para a indústria brasileira US$ 5,76, equivalente a 9,5% a mais do que o valor recebido pelo produtor na Flórida e, portanto, do que a laranja custa para uma indústria da Flórida. Além disso, deve-se considerar nesta análise que o rendimento médio de suco na fruta no cinturão citrícola foi 6,6% inferior ao da Flórida no mesmo período, o que desfavorece ainda mais a indústria brasileira.



O CONSECITRUS

Os produtores de laranja e as indústrias de suco estão trabalhando juntos para viabilizar um mecanismo de referenciamento de preços denominado CONSECITRUS, inspirado no modelo do CONSECANA, criado entre os produtores de cana de açúcar e as usinas, e que vem funcionando com sucesso há vários anos. A Secretaria da Agricultura do Estado de São Paulo, juntamente com entidades representativas dos citricultores e a CitrusBR, que representa as indústrias processadoras de laranja, tem envidado esforços nesse sentido, estando próxima de uma definição desse novo sistema.

A ideia é formar um Conselho pelas indústrias e pelos produtores de laranja, que irá estabelecer o mecanismo de apuração de um preço de referência para a caixa de laranja. Assim como no CONSECANA, o mecanismo de apuração do preço de referência da laranja no CONSECITRUS poderia partir do preço de venda do suco brasileiro no exterior, deduzido dos custos médios reais de produção industrial, logística, distribuição internacional e venda do suco. Estes custos seriam apurados por empresa internacional de auditoria independente, com credibilidade das partes envolvidas.

Para viabilizar o CONSECITRUS a indústria abriria as informações de custos acima referidas, individualmente e sob compromisso de confidencialidade, para a empresa de auditoria independente de padrão internacional para que esta calculasse a média desses custos. Essa média é que seria disponibilizada ao CONSECITRUS para fins de cálculo do preço de referência da laranja, em conformidade com o mecanismo de apuração cujos detalhes estão em negociação. Uma vez que esse trabalho da empresa de auditoria independente foi recentemente concluído, como informado pela CitrusBR, o resultado correspondente foi liberado pela indústria para publicação, em primeira mão, nesta pesquisa.

A divulgação desses custos representa um marco para a cadeia produtiva da laranja, pois o setor poderá saber quanto custa para a indústria brasileira de suco processar a laranja, armazenar, transportar e vender o suco no exterior, conferindo transparência. O citricultor, por sua vez, passará a negociar o preço de sua laranja com a indústria tendo em mãos a informação quanto aos custos respectivos, o que lhe dará subsídios na negociação.

Por meio da CitrusBR, a indústria também confirmou que todos os valores de custos cuja média já foi calculada por empresa de auditoria independente serão também oportunamente confirmados pelos auditores independentes de cada uma das indústrias, todos de padrão internacional, de modo que esses números sejam cobertos de credibilidade para fins de sua utilização pelo CONSECITRUS. Esta é a ideia.

A Tabela 21 apresenta os custos médios da indústria, no ano de 2009, com processamento da laranja e transporte por tonelada de FCOJ a 66º Brix da porta da fábrica até os terminais portuários no exterior.

TABELA 21: CUSTO MÉDIO DA INDÚSTRIA POR TONELADA DE FCOJ A 66º BRIX DA PORTA DA FÁBRICA AOS TERMINAIS NO EXTERIOR AUDITADO POR CONSULTORIA INTERNACIONAL

Custos de logística marítima, operações portuárias, administrativos, comercialização e vendas, e financiamento de capital de giro no exterior	US$ 158,39
Custos de escoamento terrestre, operações e tarifas portuárias no Brasil	US$ 79,16
Custos de processamento da laranja e produção do FCOJ e subprodutos, administrativos e financiamento de capital de giro no Brasil, subtraídos das receitas dos sub-produtos FOB fábricas	US$ 295,81
Custo total da indústria brasileira com processamento e logística do portão das fábricas até os terminais portuários na Europa, excluídas despesas de amortização e depreciação e o custo do capital investido no processamento da laranja e transporte do FCOJ	**US$ 533,36**

Os custos descriminados acima seguiram metodologia de cálculo específica para análise de custos médios das operações do setor industrial exportador de sucos cítricos no ano de 2009. Eles podem estar sujeitos a alterações resultantes de modificação de custo de qualquer um dos subitens calculados.
A análise de custos cumpriu todas as exigências legais aplicáveis à conduta dos negócios empresariais dos setor
Fonte: CitrusBR

27. Preço do suco de laranja: uma incrível volatilidade

As quedas dos preços de suco coincidem com supersafras de laranja em São Paulo e/ou na Flórida, cenário em que as expectativas passam a ser de menor preço das laranjas e consequente menor custo de produção do suco. Dessa forma, qualquer notícia de aumento de safra de laranjas provoca queda nos preços do suco na Bolsa de Nova York e junto aos compradores europeus, com reflexos diretos no preço a ser pago pela laranja por parte da indústria. Inversamente, os aumentos nos preços do suco ocorrem em momentos de quebras de safra, por conta da consequente expectativa de aumento de preços das laranjas e do maior custo de produção do suco. Assim, qualquer notícia de redução de safra de laranjas provoca aumento nos preços do suco na Bolsa de Nova York, permitindo à indústria negociar novos contratos de venda de suco a preços maiores junto aos importadores europeus.

Um fenômeno estrutural que vem também afetando negativamente os preços do suco e, por consequência, das laranjas foi a queda no consumo de suco, decorrente de sua substituição por outras bebidas de baixo teor calórico, como águas aromatizadas, isotônicos e outras.

Assim sendo, a expectativa das safras de laranjas e do consumo futuro determina os preços do suco de laranja na Bolsa de Nova York, afetando os preços de venda do suco pela indústria. Os preços do suco, por sua vez, afetam o preço das laranjas a ser pago pela indústria. Já a oferta de laranjas é afetada, dentre outros, pelo número de árvores plantadas, produtividade por pé de laranja e clima, fatores imprevisíveis da natureza, que podem levar a relevantes oscilações da produção, enquanto a variação da demanda é menor. É uma equação complicada.

Um pé de laranja adulto em plena florada solta entre 20.000 e 30.000 flores. Desse total, apenas 2,5% a 4% delas sobrevivem e após 11 a 13 meses, as frutas chegam ao ponto ideal de maturação e são colhidas e levadas ao mercado in natura ou às indústrias de processamento de suco de laranja. É essa sutil oscilação no índice de pagamento da florada que leva à variação de até 30% de uma safra para outra do índice de produtividade e volume total em qualquer cinturão citrícola do mundo.

Após os furacões que passaram pela Flórida nos anos de 2004 e 2005, conforme apresentado no Gráfico 30, o preço do suco de laranja sofreu seguidas altas por causa da redução da oferta naquele Estado, que passou a ser insuficiente para atender à demanda. Como o preço da caixa de laranja segue a mesma tendência do preço do suco no mercado internacional, as seguidas altas elevaram os preços da fruta. Na safra 2006/07, o preço do suco concentrado de laranja na Bolsa de Nova York atingiu a cotação recorde mensal de US$ 2,01/libra-peso em dezembro de 2006. Também foi nessa safra que o preço da caixa de laranja atingiu valores mais elevados, sendo comercializada no mercado spot brasileiro por um preço médio de R$ 12,00, superior em 30% ao valor da safra anterior.

Essa valorização ocorreu porque a produção brasileira passou a sustentar parte da demanda dos EUA que ainda sofriam com quedas na produção. Na safra 2006/07, enquanto os Estados Unidos tiveram queda de 15%, o Brasil teve aumento de 8% no volume produzido. Foi um bom momento para o setor.

Passados os maiores efeitos ocasionados pelos furacões na Flórida com a relativa retomada da produção americana, a crise econômica que afetou o mundo e novas bebidas mais baratas no mercado mundial foram os fatores que diminuíram o interesse do consumidor americano e europeu pelo suco de laranja. As exportações brasileiras de FCOJ e NFC convertidos a 66º Brix caíram do pico histórico de 1,36 milhão de toneladas na safra 2006/07 para 1,15 milhão de toneladas na safra 2008/09. Esta retração de 15,4%, fez com que a demanda mundial pelo suco brasileiro encolhesse em 209 mil toneladas, o equivalente a uma retração na demanda anual na ordem de 52 milhões de caixas de laranja. A demanda menor e a oferta em crescimento derrubaram o preço do suco.

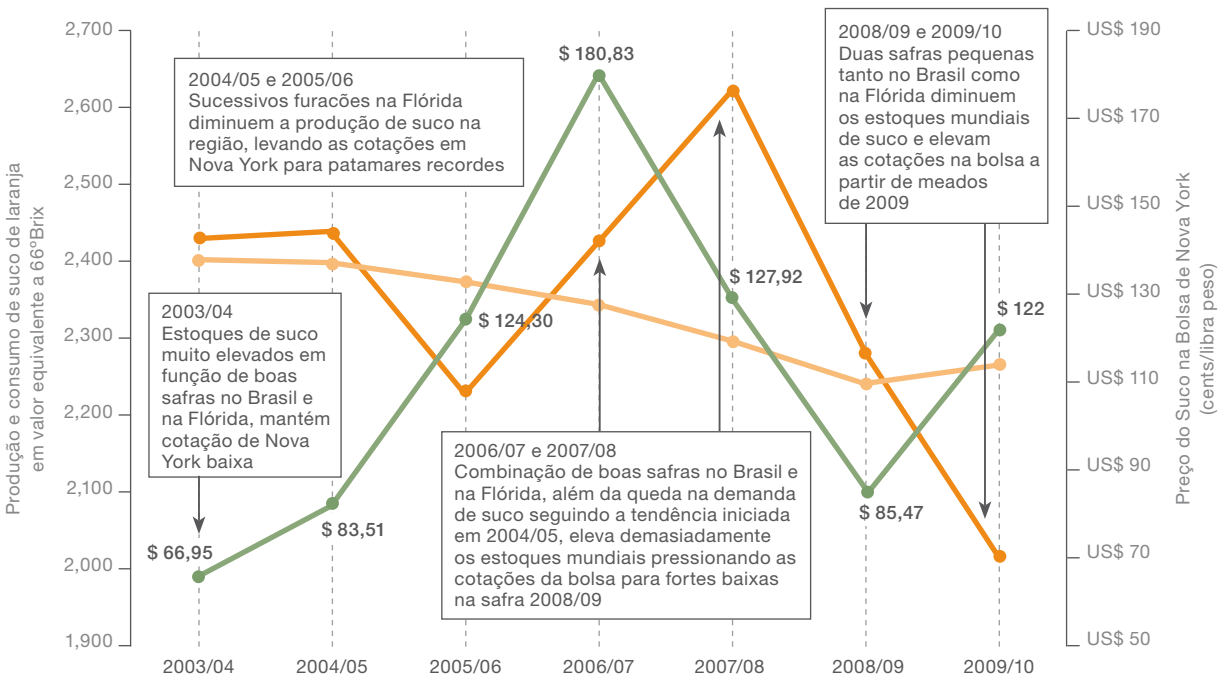
Essa redução de preço do suco de laranja

concentrado, em parte, chegou até o consumidor final europeu, mas não chegou ao consumidor nos Estados Unidos, onde os preços no varejo mantiveram-se estáveis e elevados, acentuando ainda mais a retração no consumo de suco de laranja. O fato da redução de preço do suco concentrado não ser repassado integralmente ao consumidor final aumenta a margem do envasador que possui elevado poder de barganha, uma vez que praticamente 35 envasadores compram cerca de 80% do volume mundial. O poder de barganha dos envasadores juntamente com a elevação da oferta a volumes superiores aos da demanda em determinadas safras tende a reduzir o poder de negociação da indústria, estabelecendo um mercado orientado fortemente para a concorrência de preço.

Em 2010, os preços voltaram a subir no primeiro semestre, em razão da expectativa de baixa da produção nos dois principais Estados produtores de laranja no mundo, São Paulo e Flórida. No entanto, a melhora nos preços da commodity sinalizada pela Bolsa de Nova York não é sentida imediatamente pela indústria brasileira, uma vez que a maior parte do suco é comercializada no mercado europeu, em que as oscilações de preço demoram mais para terem impacto, pois a comercialização ocorre por contratos com prazo de vigência de vários meses, com preços préfixados. O suco que está sendo entregue hoje pode ter sido negociado há mais de 12 meses atrás ao preço corrente naquela época. Além disso, os envasadores europeus aumentam a compra de suco quando os preços estão baixos, escalonando o recebimento de acordo com a sua demanda. Ao contrário, quando os preços sobem, passam a adquirir apenas o suprimento que será necessário para os próximos três ou quatro meses, aguardando uma nova queda nos preços. É uma batalha de gigantes.

A elevação do preço neste primeiro semestre de 2010, decorrente da menor oferta de laranjas em São Paulo e Flórida, deu um novo ânimo à citricultura, mas demonstra um ambiente preocupante e marcado

GRÁFICO 30: ANÁLISE COMPARATIVA DA PRODUÇÃO E DO CONSUMO DE SUCO DE LARANJA EM EQUIVALENTE 66º BRIX CONSUMO E O PREÇO DO FCOJ NA BOLSA DE NOVA YORK



Fonte Elaborado por Markestrat a partir de CitrusBR

por flutuações acentuadas. Esse vaivém de preços, com médias entre Julho e Junho de cada safra para as cotações de FCOJ na Bolsa de Nova York oscilando entre US$ 0,6695 (2003/04) e US$ 1,8083 (2006/07) por libra de sólidos solúveis, e com preços médios no mercado físico europeu oscilando entre US$ 700 a US$ 2.000 por tonelada, reflete um setor de grande instabilidade de renda e alto risco para quem está com capital investido na atividade.

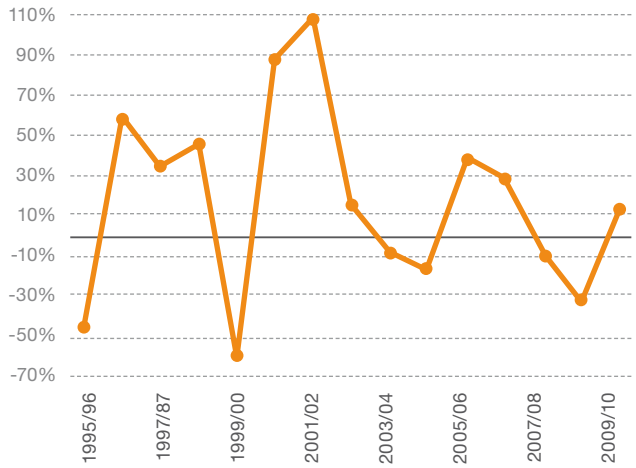
Uma análise de um período de 20 anos mostra que, tanto em São Paulo quanto na Flórida, em determinada safra o preço médio do suco de laranja foi 75% acima do preço médio na safra anterior e, em outra ocasião, o preço reduziu em quase 45%. Essa oscilação acontece de forma semelhante no preço da caixa de laranja. O maior agravante para quem está nesse negócio é a política do varejo internacional de manutenção dos preços para o consumidor final, possível de ser realizada porque o suco concentrado representa um custo de apenas 17% a 25% do custo do valor final do produto envasado. Preços mais baixos nos supermercados poderiam ampliar a demanda do produto, mas a sua manutenção abre espaço para o consumidor experimentar e passar a consumir outras bebidas.

Enfim, toda a flutuação tem que ser absorvida no elo industrial e produtor, como mostra o Gráfico 31.

No mercado futuro, ao contrário do mercado físico, a commodity suco de laranja é negociada com exclusividade na Intercontinental Commodity Exchange (ICE), sediada no Estados Unidos, por meio dos contratos de futuro e de opções de suco de laranja congelado e concentrado ("Frozen Concentrated Orange Juice" - FCOJ) com qualidade "US Grade A", com grau Brix de, no mínimo, 62,5. Sua negociação teve início em 1967 na New York Cotton Exchange, antecessora da New York Board of Trade, que foi adquirida pela ICE em 2007. As opções começaram a ser negociadas em 1985. Dentre suas características estão a entrega física no vencimento, nos meses de janeiro, março, maio, julho, setembro e novembro; e seu tamanho de 15.000 libras-peso (o equivalente a 10.309 kg). Os armazéns cadastrados encontram-se nos Estados da Flórida, New Jersey e Delaware, sendo que o produto passível de entrega deve ter sido

GRÁFICO 31: DIFERENÇA NA INTENSIDADE DA DO PREÇO DO FCOJ NA BOLSA DE NOVA YORK

Variação do preço da caixa de 40,8 kg de laranja em relação aos anos anteriores



Preço da caixa de laranja oscilou entre -61% e 108%

Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de dados levantados junto a CitrusBR, CEPEA, ICE e Nielsen.

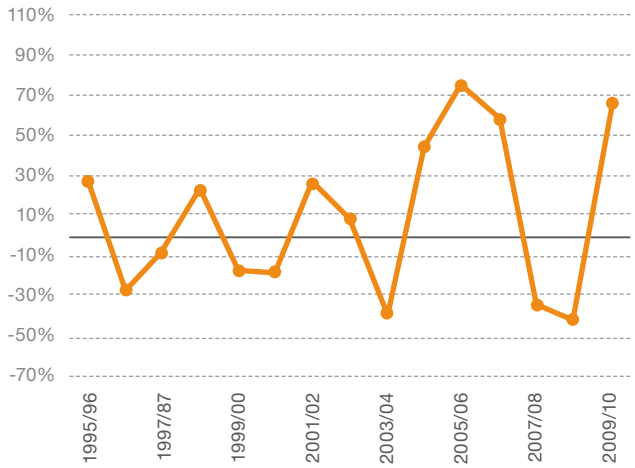
originado nos Estados Unidos, Brasil, México ou Costa Rica. Atualmente é utilizado pelos players do mercado (produtor, indústria e envasador) como uma ferramenta para operações de hedge e para precificação do FCOJ, que indiretamente influencia nos preços de NFC, de outros tipos de sucos cítricos e da caixa de laranja.

O número de contratos em aberto ao final da safra 2009/10 equivalia a um volume de 546 mil toneladas de FCOJ, apenas 27% da produção mundial. Assim, se por um lado o mercado futuro é uma ferramenta interessante para hedge de commodities, por outro ele oferece pouca liquidez para o suco de laranja diante do volume negociado mundialmente, restringindo sua ampla utilização no setor como ferramenta para gestão de risco.

Desde a safra 2005/06, o volume de contratos negociados tem caído, saindo de 1,4 milhão de contratos para 942 mil na safra 2009/10. Essa queda pode ser explicada pela saída dos especuladores do mercado em função da crise financeira e foi sentida pelas várias commodities negociadas em bolsa. Na safra 2005/06, o volume equivalente em toneladas de FCOJ negociado na ICE entre contratos de futuro e de opções foi de 14,5 milhões, ou 6,5

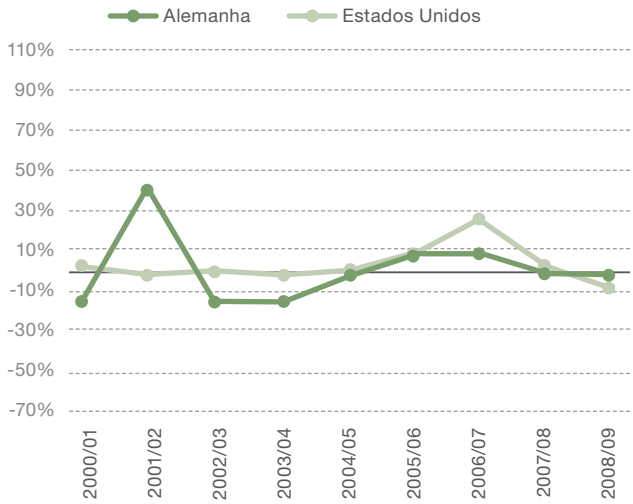
VARIAÇÃO DO PREÇO DA CAIXA DE LARANJA E DO PREÇO DO SUCO DE LARANJA NO VAREJO

Variação do preço na Bolsa de NY da caixa de 40,8 kg de laranja em relação aos anos anteriores



Preço do suco de laranja oscilou entre -43% e 75%

Variação no preço do suco de laranja na Alemanha e EUA



Preço do suco de laranja reconstituído oscilou entre -25% a 41%

vezes a produção mundial. Na safra 2008/09, foram negociados o equivalente a 5,8 milhões de toneladas, ou 3,9 vezes a produção mundial. Na safra 2009/10 houve uma ligeira recuperação no volume negociado na bolsa, voltando para 4,8 vezes a produção mundial de suco, em função dos preços mais atrativos decorrentes da redução do tamanho da safra da Flórida em virtude dos recentes problemas climáticos.

28. Decomposição do preço do suco de laranja no varejo

Visando elucidar os valores incorridos sobre o suco de laranja até sua aquisição pelo consumidor final, este tópico é dedicado à decomposição do preço iniciado com o valor final de venda como suco reconstituído nas gôndolas de varejistas na Alemanha, o maior consumidor do produto brasileiro, e com término no valor residual que cobriria custos de produção da laranja e margens do produtor e das indústrias no Brasil. Alguns fatores, como dados pouco acessíveis e diferenças de legislação, dificultaram uma análise mais ampla do mercado europeu, destino de 71% do FCOJ nacional exportado em 2009.

As informações para esse exercício foram levantadas por meio de entrevistas e contatos com executivos da indústria de suco de laranja brasileira, CitrusBR, engarrafadores europeus e seus fornecedores de serviços e insumos. Os dados fornecidos pela CitrusBR referentes aos custos de fabricação, armazenagem, logística, distribuição internacional, vendas, financiamento de capital de giro e receita de subprodutos do FCOJ da indústria brasileira foram auditados por renomada empresa internacional.

Depois que o FCOJ foi entregue aos engarrafadores nos terminais portuários da Holanda e da Bélgica, não há mais envolvimento das indústrias brasileiras, ficando sob a responsabilidade de seus clientes as atividades de envase e distribuição do suco de laranja reconstituído às gôndolas dos

varejistas alemães e de demais países europeus.

Como há elevada concorrência nessa etapa da cadeia, os dados são tratados como informações estratégicas e confidenciais, dificultando a coleta de informações. Os varejistas, mais recentemente, percebendo a importância dos seus dados de vendas mudaram a forma de se relacionar com os tradicionais institutos de pesquisa. Se antes repassavam suas informações a institutos de pesquisa consagrados para esses as fornecerem ao mercado, atualmente passaram a também tratar essas informações como estratégicas, utilizando-as como moeda de troca para aumentar seu poder de barganha em relação aos engarrafadores.

Um exemplo são os grandes varejistas na Alemanha, como Lidl ou Aldi, que em 2009 detiveram uma participação nas vendas de bebidas não alcoólicas de, respectivamente, 18% e 15,8%, e em função de questões estratégicas pararam de disponibilizar quaisquer tipos de dados referentes aos produtos comercializados em suas redes de varejo aos institutos de pesquisa. Isso tem levado a dados conflitantes de preço e volumes de vendas de suco de laranja nas gôndolas nas informações apresentadas por diversos institutos de pesquisa, como Nielsen, Canadean, Euromonitor, Eurodata, IRI e GFK, referentes a mercados europeus com significativa importância no consumo, como Alemanha, Espanha, França e Reino Unido.

Nos Estados Unidos não é diferente. Os dados de volumetria de consumo e preços do suco de laranja na gôndola publicados periodicamente no Citrus Reference Book e fornecidos pela Nielsen são parciais, uma vez que tal instituto reconhece e reporta apenas 38% a 40% do volume consumido naquele país. Por exemplo, no período entre outubro de 2008 e setembro de 2009 (última safra da Flórida), enquanto o consumo estimado de suco de laranja pela CitrusBR foi de 851 mil ton. de FCOJ 66ºBrix equivalente, a Nielsen reportou no Citrus Reference Book de agosto de 2010, vendas nos supermercados de 482,5 milhões de galões de suco de laranja prontos para beber, equivalente a 341.231 toneladas. Nesse mesmo relatório, a demanda norte-americana foi reportada em 1,231 milhão de galões, equivalente a 833 mil ton. de FCOJ 66º brix, a partir de fontes dos relatórios dos processadores, FASS Citrus Summary, U.S. Census Bureau e Nielsen.

Outra dificuldade é o reporte conjunto aos institutos de pesquisa de volumes de venda de suco com néctar, como observado para a Espanha e Itália, não sendo possível obter clareza em relação aos preços praticados no varejo e à quantidade comercializada por tipo de bebida.

A regulamentação referente ao Brix obrigatório para suco, néctar e refresco oscila entre os países europeus, bem como existem questionamentos quanto à adesão por parte de alguns engarrafadores aos limites mínimos estipulados. Da mesma forma, há diferença nos percentuais do imposto sobre valor agregado (VAT) e no grau de formalidade dos negócios nas regiões menos desenvolvidas.

As margens brutas sobre o suco de laranja oscilam entre 9% e 60% de acordo com o canal de vendas, como os clubes de compra, hipermercados, supermercados, lojas de conveniência, padarias, redes de fast-food, restaurantes, bares e hotéis, de acordo com sua estrutura de custo de distribuição ao consumidor final, além da sua expectativa de lucro.

As distâncias médias dos terminais portuários de suco de laranja na Bélgica e Holanda aos principais centros de consumo variam de 101 km até Bruxelas, 454 km até Frankfurt, podendo chegar a 2.714 km, como é o caso de Atenas. Tal variação dificulta o cálculo do valor efetivo do frete pago pelos engarrafadores para o transporte do FCOJ até suas fábricas onde o produto é envasado.

Não há dados disponíveis referentes ao volume de suco de laranja envasado por formato, tipo ou tamanho de embalagem, que podem variar desde as tradicionais cartonadas (brick) ou as embalagens cartonadas mais sofisticadas (prisma) para distribuição em temperatura ambiente ou em sistemas refrigerados até garrafas PET com plástico comum ou multicamadas, cabo e tampas especiais com rótulos de plástico ou de papel, e sacos de alumínio (pouch). Além de serem diversas as embalagens, elas são ofertadas em diferentes tamanhos, que apresentam volumes desde, por exemplo, 400 ml podendo extrapolar

dois litros. Isso dificulta o levantamento do dado referente à incidência do custo de embalagens aos engarrafadores. Outros fatores que também impactam são o design e tipografia da marca, volume anual de compra do engarrafador, que determinará o desconto oferecido ao mesmo, e distância da fábrica de embalagem ao engarrafador.

São vários os fatores que também devem ser considerados para a estimativa dos custos operacionais de envase de suco de laranja. Dentre eles, podem-se citar as perdas de suco de laranja e das embalagens, que varia entre as linhas de envase de um engarrafador e entre engarrafadores; tipo de embalagem a ser utilizada; infraestrutura de processo e nível de tecnologia adotado; utilização da capacidade instalada e eficiência operacional de cada planta; o montante de investimentos realizados em equipamentos e instalações; capacidade de financiamento do ciclo de capital de giro a taxas competitivas; e fatores econômicos determinantes da estrutura de custo de um país, como taxa de juros, disponibilidade de crédito e taxa de câmbio. Além disso, ainda há os investimentos em propaganda e promoção de vendas que inexistem para engarrafadores de marcas próprias dos varejistas, mas que oscilam para engarrafadores que possuem suas marcas.

A análise dos balanços disponíveis ao público evidencia também diferenças nas margens de lucro ou prejuízo reportado, conforme o mercado em que o engarrafador atua e o tipo de produto envasado, suco, néctar ou refresco.

Em função das dificuldades expostas acima, foram adotadas algumas premissas para o exercício da decomposição do preço do suco de laranja reconstituído praticado na gôndola de varejistas na Alemanha. A taxa de câmbio utilizada foi de US$ 1,30 por euro, o rendimento médio industrial considerado para o Brasil foi de 238 caixas de laranja de 40,8 kg para a produção de uma tonelada de FCOJ 66ºBrix, um brix mínimo exigido por lei na Alemanha no suco reconstituído de 11,2º, o peso específico de 1,04497 kg para um litro envasado de suco de laranja reconstituído, custos médios de embalagem cartonada de um litro para aplicação tanto em cadeias de distribuição refrigeradas quanto em cadeias de distribuição em temperatura ambiente, e bandas de preços de venda do suco de laranja na gôndola na Alemanha variáveis entre € 0,71 a € 1,05 que refletem níveis históricos de preços (Tabela 22).

TABELA 22: HISTÓRICO DE PREÇOS MENSAIS DE SUCO DE LARANJA RECONSTITUÍDO NA ALEMANHA

	SAFRA					
	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09	2009-10
	Euro por litro de suco diluído a 11.2º Brix	Euro por litro de suco diluído a 11.2º Brix	Euro por litro de suco diluído a 11.2º Brix	Euro por litro de suco diluído a 11.2º Brix	Euro por litro de suco diluído a 11.2º Brix	Euro por litro de suco diluído a 11.2º Brix
JUL	€ 0.80	€ 0.73	€ 0.83	€ 1.00	€ 0.99	€ 0.91
AGO	€ 0.71	€ 0.74	€ 0.84	€ 1.00	€ 0.97	€ 0.88
SET	€ 0.73	€ 0.75	€ 0.84	€ 1.01	€ 0.96	€ 0.86
OUT	€ 0.77	€ 0.75	€ 0.84	€ 1.02	€ 0.96	€ 0.88
NOV	€ 0.73	€ 0.76	€ 0.85	€ 1.02	€ 0.93	€ 0.87
DEZ	€ 0.73	€ 0.76	€ 0.84	€ 0.99	€ 0.97	€ 0.86
JAN	€ 0.73	€ 0.74	€ 0.84	€ 1.04	€ 0.96	€ 0.87
FEV	€ 0.72	€ 0.74	€ 0.84	€ 1.05	€ 0.97	€ 0.86
MAR	€ 0.74	€ 0.75	€ 0.84	€ 1.05	€ 0.97	€ 0.86
ABR	€ 0.71	€ 0.74	€ 0.85	€ 1.04	€ 0.96	€ 0.85
MAI	€ 0.73	€ 0.81	€ 0.94		€ 0.97	€ 0.87
JUN	€ 0.75	€ 0.84	€ 0.99	€ 0.97	€ 0.96	€ 0.85
MEDIA	**€ 0.74**	**€ 0.76**	**€ 0.86**	**€ 1.02**	**€ 0.96**	**€ 0.87**

Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de dados da CitrusBR

TABELA 23: DECOMPOSIÇÃO DO PREÇO NO VAREJO NA ALEMANHA DO SUCO DE LARANJA DE UM LITRO PARA DISTRIBUIÇÃO EM CADEIA REFRIGERADA OU

PREMISSAS DO CÁLCULO:	TAXA DE CÂMBIO DO EURO	U$ 1,30
	BRIX MINIMO DO SUCO RECONSTITUÍDO NA ALEMANHA	11.20° Brix
	PESO ESPECÍFICO DE 1 LITRO DE SUCO DE LARANJA RECONSTITUIDO A 11,20°Brix	1.04497 Kg
	RENDIMENTO INDUSTRIAL MÉDIO NO BRASIL NAS ÚLTIMAS 15 SAFRAS PARA 1 TON FCOJ 66oBrix	238
PREÇO NA GÔNDOLA NA ALEMANHA		
Despesa com Imposto sobre Valor Agregado - VAT		19,0%
PREÇO LÍQUIDO DE IMPOSTO NA GÔNDOLA		
Margem bruta do varejista		25,0%
PREÇO DE VENDA DO ENVASADOR POSTO CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO DO VAREJISTA		
Margem do envasador		2,0%
Custo do capital de giro do envasador por 45 dias a taxa de juros de 3% a.a.		0,4%
Custo do frete do suco envasado - partindo do local de envase até o centro de distribuição do varejista		
Despesas com propaganda, marketing e promoção de vendas do suco de laranja		0,0%
Custo com perda de suco no processo de envase - percentual sobre custo do FCOJ entregue no engarrafador incluido Imposto de Importação		1,5%
Custo com perda de materiais de embalagem no processo de envase - Percentual sobre custo das embalagem entregues no envasador		1,0%
Custo do material de embalagem - embalagem cartonada de 1 litro, tampinha rosqueável, bandeija, filme plástico, pallet de madeira, cola, etiqueta externa		
Custo do serviço de envase do suco - Mão de obra, utilidades, manutenção, CIP, tratamento de efluentes		
VALOR RESIDUAL PARA O FCOJ ENTREGUE NA FÁBRICA DO ENVASADOR		
Custo do frete a granel do FCOJ - partindo dos terminais portuários da Bélgica e Holanda aos engarrafadores na Alemanha		379 km
VALOR RESIDUAL PARA O FCOJ NOS TERMINAIS DA INDÚSTRIA INCLUINDO IMPOSTO DE IMPORTAÇÃO		
Despesa com imposto de importação do FCOJ brasileiro para à União Europeia		12,2%
VALOR RESIDUAL PARA O FCOJ NOS TERMINAIS MARÍTIMOS NA EUROPA EXCLUINDO IMPOSTO DE IMPORTAÇÃO		
Custo das operações externas - descarregamento, armazenamento, despacho, vendas do FCOJ, administracao e financiamento do capital de giro		
Custo das operações no Brasil - Frete a granel do FCOJ das fábricas ao Porto de Santos, armazenagem, embarque, despachos e tarifas da Codesp		
Custo das operações no Brasil - industrialização, armaz. nas fábricas, adm. e comercializacao, financiamento do capital de giro e receita com subprodutos		
VALOR RESIDUAL PARA COBRIR O CUSTO DA LARANJA E MARGENS DO PRODUTOR E DA INDÚSTRIA NO BRASIL		

Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de entrevistas.

TABELA 24: SIMULAÇÃO A PARTIR DE DIVERSOS PREÇOS DO SUCO DE LARANJA

Preço na gôndola na Alemanha + imposto de importacao do FCOJ			Imposto sobre Valor Agregado - VAT + margem bruta do varejista			Valor residual para o FCOJ nos terminais da indústria excluindo Imposto de Importação			Operacoes da processadora de no Brasil e na	
Por litro de suco diluido a 11,2°brix	Por ton de FCOJ a 66°brix	Por caixa de laranja de 40,8 kg	Por litro de suco diluido a 11,2°brix	Por ton de fcoj a 66°brix	Por caixa de laranja de 40,8 kg	Por litro de suco diluido a 11,2°brix	Por ton de fcoj a 66°brix	Por caixa de laranja de 40,8 kg	Por litro de suco diluido a 11,2°brix	Por ton de fcoj a 66°brix
€ 1,090	U$ 7,991	U$ 33,52	-€ 0,449	-U$ 3,294	-U$ 13,82	€ 0,379	U$ 2,781	U$ 11,67	-€ 0,073	-U$ 533
€ 0,990	U$ 7,258	U$ 30,44	-€ 0,406	-U$ 2,975	-U$ 12,48	€ 0,325	U$ 2,385	U$ 10,01	-€ 0,073	-U$ 533
€ 0,890	U$ 6,525	U$ 27,37	-€ 0,362	-U$ 2,655	-U$ 11,14	€ 0,271	U$ 1,989	U$ 8,34	-€ 0,073	-U$ 533
€ 0,790	U$ 5,792	U$ 24,29	-€ 0,319	-U$ 2,336	-U$ 8,46	€ 0,217	U$ 1,593	U$ 6,68	-€ 0,073	-U$ 533
€ 0,690	U$ 5,058	U$ 21,22	-€ 0,275	-U$ 2,016	-U$ 8,46	€ 0,163	U$ 1,197	U$ 5,02	-€ 0,073	-U$ 533

Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de entrevistas

EMBASADO EM EMBALAGEM CARTONADA TEMPERATURA AMBIENTE

EURO POR LITRO DE SUCO DILUÍDO A 11,2°Brix	DOLAR POR TON. DE FCOJ A 66°Brix	DOLAR POR CAIXA DE LARANJA DE 40,8 kg	PARTICIPAÇÃO DO ITEM NA CADEIA DE VALOR
€ 0,890	U$ 6.525	U$ 27,37	100%
-€ 0,142	-U$ 1.042	-U$ 4,37	16%
€ 0,748	**U$ 5.483**	**U$ 23,00**	
-€ 0,187	-U$ 1.371	-U$ 5,75	21%
€ 0,561	**U$ 4.112**	**U$ 17,25**	
-€ 0,011	-U$ 82	-U$ 0,34	1%
-€ 0,002	-U$ 15	-U$ 0,06	0,2%
-€ 0,040	-U$ 293	-U$ 1,23	
€ 0,000	U$ 0	U$ 0,00	
-€ 0,005	-U$ 35	-U$ 0,15	
-€ 0,001	-U$ 8	-U$ 0,03	0,1%
-€ 0,112	-U$ 821	-U$ 3,44	13%
-€ 0,077	-U$ 564	-U$ 2,37	9%
€ 0,3127	**U$ 2.293**	**U$ 9,62**	**35%**
-€ 0,008	-U$ 61	-U$ 0,26	1%
€ 0,3044	**U$ 2.232**	**U$ 9,36**	**34%**
-€ 0,033	-U$ 243	-U$ 1,02	4%
€ 0,2713	U$1.989	U$ 8,34	30%
-€ 0,022	-U$ 158	-U$ 0,66	2%
-€ 0,011	-U$ 79	-U$ 0,33	1%
-€ 0,040	-U$ 296	-U$ 1,24	5%
€ 0,199	U$ 1.456	U$ 6,11	22%

RECONSTITUÍDO NA ALEMANHA

industria laranja Europa	Valor residual para cubrir o custo da laranja e margens do produtor e da industria no Brasil			
Por caixa de laranja de 40,8 kg	Por litro de suco diluido a 11,2°brix	Por ton de fcoj a 66°brix	Por caixa de laranja de 40,8 kg	Do item na cadeia de valor
-U$ 2,24	€ 0,307	U$ 2,248	U$ 9,43	28%
-U$ 2,24	€ 0,253	U$ 1,852	U$ 7,77	26%
-U$ 2,24	€ 0,199	U$ 1,456	U$ 6,11	22%
-U$ 2,24	€ 0,145	U$ 1,060	U$ 4,45	18%
-U$ 2,24	€ 0,091	U$ 664	U$ 2,78	13%

Conclui-se nesse exercício apresentado na Tabela 23 que, para um valor de venda de suco de laranja reconstituído de € 0,89 por litro, o equivalente a US$ 6.525 por tonelada de FCOJ a 66º Brix ou US$ 27,37 por caixa de laranja de 40,8 kg, 28% desse valor, ou, US$ 1.989 por tonelada de FCOJ a 66º Brix são pagos à indústria processadora de laranja já posto nos seus terminais portuários na Bélgica e Holanda. Quando se descontam desse valor os custos operacionais no exterior e no Brasil, conclui-se que o valor residual que cobriria os custos de produção da laranja, margens de lucro do produtor e da indústria processadora de suco de laranja é de apenas 20% do valor de venda na gôndola, ou € 0,19 por litro, o equivalente a US$ 1.456 por tonelada de FCOJ a 66º Brix ou US$ 6,11 por caixa de laranja de 40,8 kg.

Verifica-se que 41% do valor de venda do suco de laranja na gôndola é destinado ao pagamento de impostos (VAT e barreira tarifária) e a margem bruta do varejista, o equivalente a US$ 2.655 por tonelada de FCOJ, ou US$ 11,14 por caixa de laranja. Como esses três itens são ad-valorem, quanto maior o preço suco reconstituído na gôndola, em função dos preços mais elevados da laranja e do FCOJ, maior é o seu impacto na distribuição de valores em toda a cadeia.

É importante observar também a importância do custo da embalagem, essencial para que o suco de laranja seja entregue aos consumidores nas gôndolas mantendo intactas suas características, atributos e qualidades. Enquanto os materiais de embalagem custam € 0,112 por litro, o equivalente a US$ 821 por tonelada de FCOJ, ou US$ 3,44 por caixa de laranja, os demais itens que compõe os custos dos engarrafadores somam € 0,136 por litro, ou US$ 998 por tonelada de FCOJ, ou US$ 4,19 por caixa de laranja, ou 15% do valor apurado nas gôndolas.

Na Tabela 24 pode-se verificar o extrato das principais resultantes dos diversos exercícios partindo-se dos variados preços do suco de laranja reconstituído na gôndola na Alemanha.

MAPEAMENTO E QUANTIFICAÇÃO DA CITRICULTURA SAFRA 2008/09

A singularidade e a superioridade mundial da citricultura brasileira são novamente reconhecidas no estudo de quantificação realizado em 2010, utilizando o método científico GESis (Gestão Estratégica de Sistemas Agroindustriais), desenvolvido pelo professor Marcos Fava Neves, professor titular da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo e coordenador científico da Markestrat (Centro de Pesquisa e Projetos em Marketing e Estratégia).

A primeira quantificação realizada, em 2004, inovou ao apresentar números do setor com rigor científico. Agora, com o mesmo rigor, o estudo se aprofunda trazendo dados inéditos que abordam desde os insumos utilizados na produção até os produtos citrícolas disponibilizados aos consumidores nas gôndolas dos supermercados em todo o mundo. Isso não teria sido possível sem o apoio das várias instituições governamentais e de pesquisa cujos estudos vêm contribuindo para o posicionamento de liderança mundial da citricultura brasileira. Para que o estudo pudesse ser concluído com tamanha profundidade, foi também fundamental a abertura de dados de empresas de insumos agrícolas, produtores, indústrias exportadoras de suco, fábricas de suco de laranja de menor porte, packing houses, envasadores e canais de distribuição. De posse das informações coletadas, foram feitas as estimativas das vendas e movimentações financeiras do setor para a safra 2008/09.

Tem-se aqui provavelmente o retrato mais atualizado da cadeia produtiva no Brasil. Este material serve como estímulo para tomadas de decisão pública e privada, pois mostra a interligação íntima entre os elos componentes da cadeia produtiva e sua capacidade de gerar recursos, impostos e empregos.

Neste estudo, chegou-se ao PIB (Produto Interno Bruto) do setor citrícola para o ano agrícola 2008/09, estimado em US$ 6,5 bilhões (Tabela 25), cerca de 2% do PIB do Agronegócio Brasileiro, sendo US$ 4,39 bilhões gerados no mercado interno e US$ 2,15 bilhões no mercado externo. Do PIB setorial, 34% são provenientes da venda de laranja (fruta fresca) no mercado interno e 28% da exportação de sucos (FCOJ e NFC). É importante ressaltar que os sucos correspondem a 94% do valor exportado. Dividindo o PIB do setor citrícola pela área cultivada de citros no Brasil (IBGE) chega-se ao valor de R$ 6,7 mil por hectare, duas vezes superior ao PIB do setor da cana-de-açúcar por hectare cultivado (R$ 3,3 mil). O cálculo do PIB setorial foi estimado por meio da soma das vendas dos bens finais do sistema agroindustrial de citros.

A Figura 7 representa o sistema agroindustrial de citros e os valores abaixo de cada elo indicam o

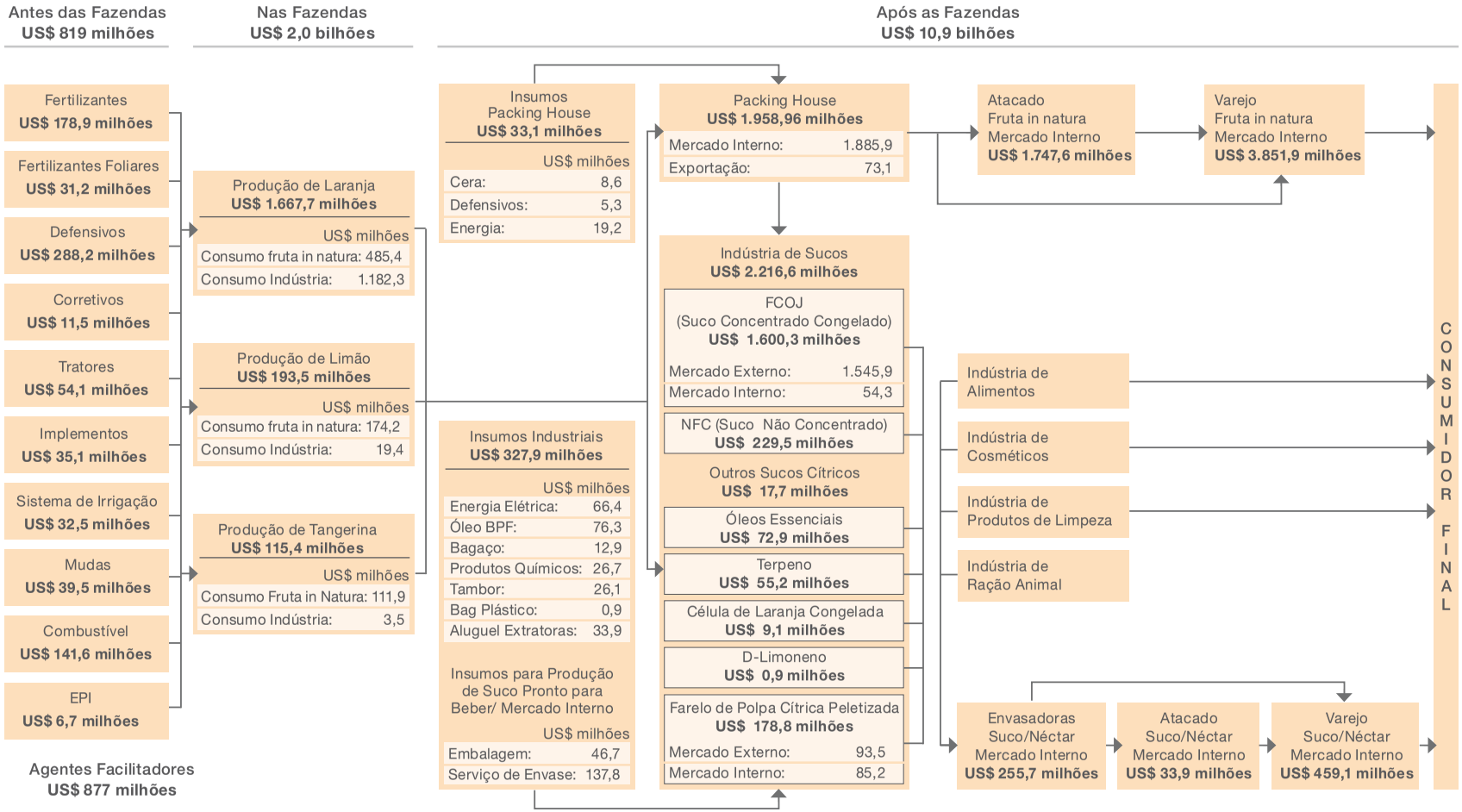
TABELA 25: ESTIMATIVA DO PRODUTO INTERNO BRUTO DO SETOR CITRÍCOLA COM BASE NOS PRODUTOS FINAIS

Produto	Mercado Interno (MI) US$ (milhões)	Mercado Externo (ME) US$ (milhões)	Total (MI + ME) US$ (milhões)
Laranja	2.232,9	19,1	2.252,0
Limão	673,1	48,2	721,2
Tangerina	945,9	5,8	951,7
FCOJ	-	1.545,9	1.545,9
NFC	-	299,5	299,5
Polpa Cítrica Peletizada	85,2	93,5	178,8
Óleos Essenciais	-	72,9	72,9
Terpeno	-	55,2	55,2
Células Congeladas	-	9,1	9,1
D-Limoneno	-	0,9	0,9
Suco/Néctar de Laranja	459,1	-	459,1
Total	**4.396,21**	**2.150,10**	**6.546,31**

Fontes: Neves e Trombin a partir de dados gerados por Markestrat (2010)

FIGURA 7: SISTEMA AGROINDUSTRIAL CITRÍCOLA NO BRASIL

Cadeia Produtiva dos Citros no Brasil - PIB: US$ 6,5 bilhões - Reeceita bruta 2008/09: US$ 14,6 bilhões



Agentes Facilitadores (não compram e vendem, apenas prestam serviços) – US$ milhões

Transporte Primário – Da Fazenda ao Packing House ou à Industria: 171,4	Concessionárias Rodovias: 18,3	Empresas de Armazenagem de Suco: 2,9
Transporte Secundário – Do Packing House ao Atacado ou Varejo: 136,8	Custo Portuário: 71,0	Massa Salarial: 352,7
Transporte Secundário – Da Indústria/PH ao Porto: 87,5	Diesel: 37,0	Impostos: 188,7

Fonte: Neves e Trombin, a partir de dados gerados por Markestrat (2010)

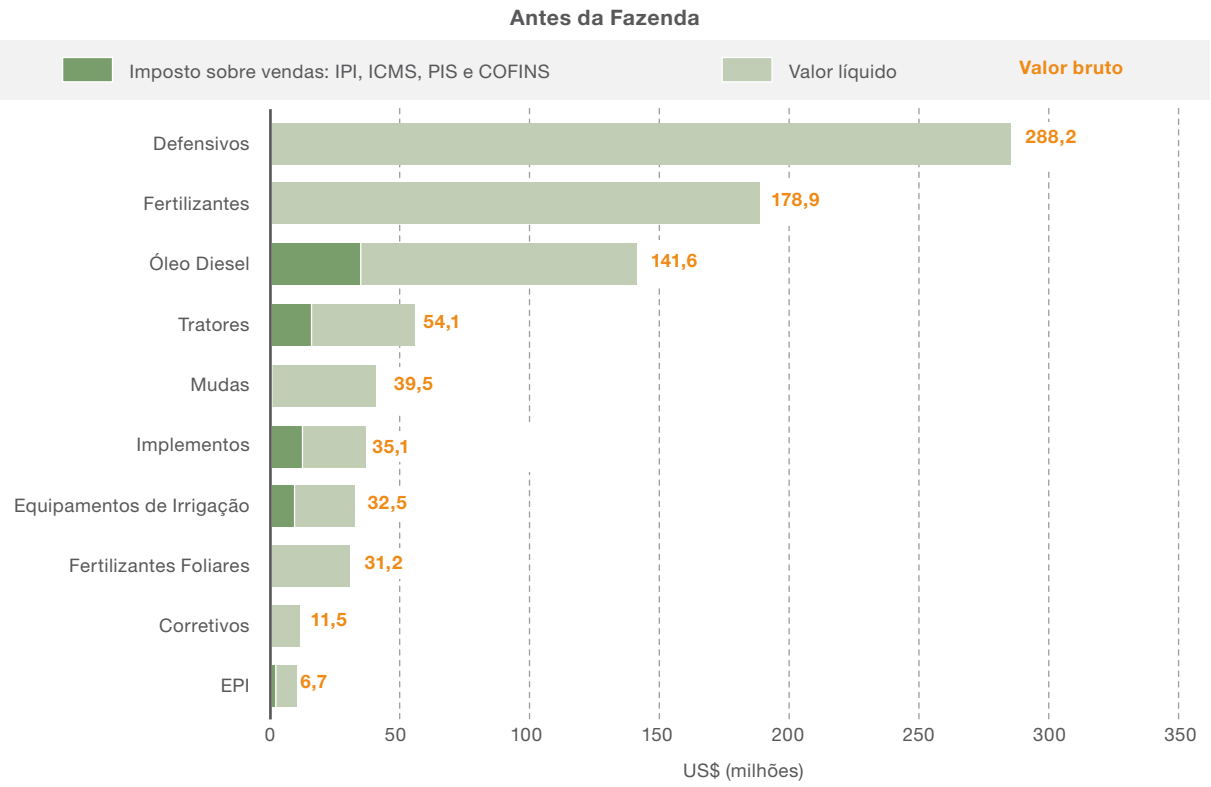
faturamento bruto deste segmento com o setor citrícola na safra 2008/09. A receita bruta total do setor citrícola neste ano foi de cerca de US$ 14,6 bilhões . Este valor representa a somatória das vendas estimadas dos diversos elos da cadeia produtiva dos citros e das movimentações financeiras dos agentes facilitadores.

Antes das Fazendas

A indústria de insumos agrícolas faturou com o setor citrícola US$ 819 milhões na safra 2008/09. O Gráfico 32 sumariza todos os faturamentos deste elo.

O faturamento da indústria de fertilizantes com a citricultura foi de US$ 210,1 milhões e o da de defensivos foi de US$ 288,2 milhões. As vendas de defensivos tiveram um incremento de 75% em relação a 2004. Em função do exigente controle de pragas e doenças, as vendas de acaricidas, fungicidas e inseticidas representam 84% desse faturamento. O aparecimento do greening nos pomares nacionais elevou os gastos com o controle fitossanitário, principalmente no uso de inseticidas e acaricidas. De 2003 a 2008, a demanda de inseticidas para a citricultura passou de 593 para 4.060 toneladas de ingrediente ativo. No mesmo período, a demanda por acaricidas aumentou de 8.876 para 13.798 toneladas de ingrediente ativo. Esse incremento também se justifica pelo maior adensamento no plantio nos pomares e por uma relação de troca mais favorável. Em 2001 eram necessárias 75 caixas de laranja de 40,8 kg para adquirir 1 tonelada de defensivo. Em 2008, essa quantidade foi reduzida para 56 caixas.

GRÁFICO 32: FATURAMENTO DO ELO INSUMOS AGRÍCOLAS



Fontes: Neves e Trombin, a partir de dados gerados por Markestrat (2010)

Os problemas fitossanitários que acometem a citricultura nacional tornam a produção de mudas uma etapa importante na cadeia, pois deve ser feita em ambiente fechado e obedecendo à legislação estadual vigente. Do total de faturamento com insumos agrícolas na safra 2008/09, as mudas representaram quase 4%, ou US$ 39,5 milhões. A utilização de mudas de melhor qualidade contribuiu também para o aumento da produtividade no setor.

O faturamento com óleo diesel na safra 2008/09 na citricultura foi estimado em US$ 141,6 milhões e com implementos agrícolas foi de US$ 35,1 milhões. O faturamento da indústria de tratores foi de US$ 54,1 milhões, referente à venda de 1.227 unidades, sendo 91%, na categoria de tratores com potência entre 50 e 99 cv.

Nas Fazendas

Conforme o Gráfico 33, na safra 2008/09 o faturamento da produção nacional de citros (laranja, limão/lima ácida e tangerina) atingiu cerca de US$ 2 bilhões. Desta produção, cerca de 67% destinaram-se ao processamento industrial, 32% ficaram no mercado interno consumidas como fruta in natura e 1% destinou-se à exportação de fruta in natura.

O preço médio pago ao produtor pela caixa de laranja para consumo in natura foi de R$ 10,16. Da laranja destinada para a produção industrial, 35% eram produção própria da indústria; 34% foram adquiridos de produtores com contratos de entrega preestabelecidos a um preço médio de R$ 10,30/caixa; e 31% foram comprados de produtores no mercado spot a um preço médio de R$ 7,10/caixa.

GRÁFICO 33: FATURAMENTO DA PRODUÇÃO DE CITROS (LARANJA, LIMÃO/LIMA ÁCIDA E TANGERINA)

Fontes: Neves e Trombin, a partir de dados gerados por Markestrat (2010)

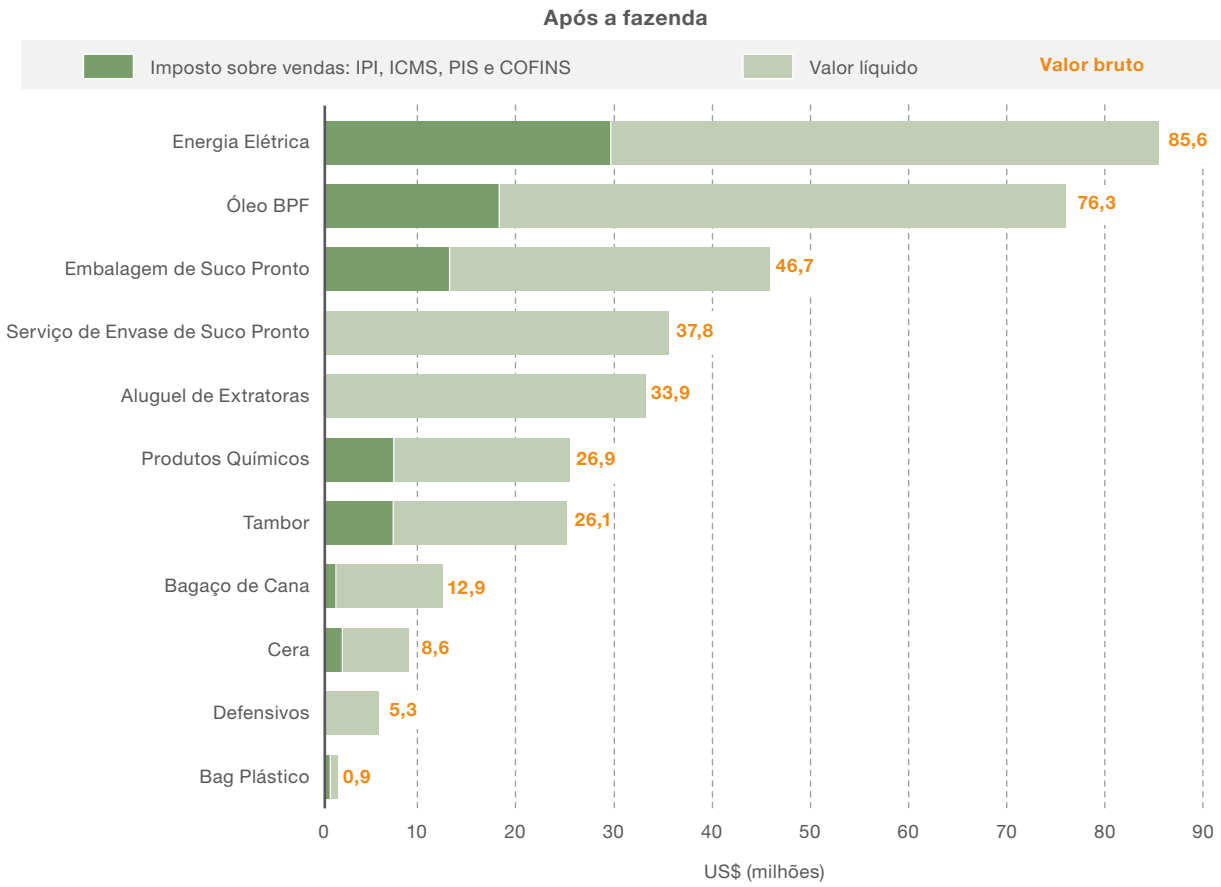
Após as Fazendas

Os insumos adquiridos pelas casas de embalagem (packing houses) e pelas fábricas de sucos para processamento dos citros totalizaram US$ 360,9 milhões, conforme apresentado no Gráfico 34. Desse total, energia elétrica representa 24% e Óleo BPF/Bagaço 25%.

Na safra 2008/09 o faturamento das packings houses com fruta in natura foi de US$ 1,8 bilhão, sendo 96% no mercado interno. No atacado, o faturamento ficou em US$ 1,7 bilhão. No varejo, o faturamento totalizou US$ 3,8 bilhões, sendo 58% referente à venda de laranja, 17% de limão/lima ácida e 25% de tangerina.

As vendas de sucos e subprodutos apresentaram um montante de US$ 2,2 bilhões, sendo 95% no mercado externo e 5% no mercado interno. Do faturamento com as exportações (US$ 2,07 bilhões), 86% referem-se a sucos. As empresas envasadoras, o atacado e o varejo apresentaram faturamentos com suco/néctar de laranja, respectivamente, US$ 255,7 milhões, US$ 33,9 milhões e US$ 459,1 milhões.

GRÁFICO 34: FATURAMENTO DO ELO INSUMOS INDUSTRIAIS



Fontes: Neves e Trombin, a partir de dados gerados por Markestrat (2010).

Agentes Facilitadores

O faturamento dos agentes facilitadores com a cadeia produtiva dos citros na safra 2008/09 foi de US$ 877,5 milhões, detalhados abaixo:

Transporte – Na safra 2008/09 passaram pelos pedágios, em média, mais de seis caminhões por hora transportando suco de laranja para o Porto de Santos. O faturamento das concessionárias rodoviárias com a cadeia produtiva dos citros na safra totalizou US$ 18,3 milhões, ou 5% dos US$ 396 milhões que o setor gastou com transporte. O diesel representou 9% desse total. Os trajetos dos fretes podem ser divididos entre primário e secundário. O primário refere-se ao deslocamento das fazendas até a packing house ou até à indústria, cujo faturamento foi de US$ 171,4 milhões (43% do total). O secundário refere-se ao trajeto da packing house ao atacado ou varejo, com faturamento de cerca de US$ 137 milhões; da packing house ao porto, com faturamento de US$ 2,7 milhões; e da indústria ao porto, com faturamento de US$ 85 milhões.

Custo Portuário (Porto de Santos) – Estima-se que em 2008 a receita do Porto de Santos relativa a desembaraços, elevação e supervisão de embarque do suco de laranja foi de US$ 71 milhões. Vale destacar que 97% de todo o volume brasileiro exportado foi realizado por meio do Porto de Santos.

Massa Salarial – O ano agrícola 2008/09 finalizou com 132.776 trabalhadores no setor, sendo 121.332 no cultivo do citros e 11.444 na indústria de sucos. Quase 69 mil trabalhadores foram contratados

no período da safra 2008/09. O salário médio mensal do trabalhador no cultivo foi de US$ 364, enquanto do trabalhador da indústria de suco foi de US$ 864. A massa salarial total na safra 2008/09 foi de US$ 352,7 milhões. Isso significa que o cultivo do citros era respondeu por 91% das vagas e a indústria 9%.

Impostos Agregados

Para o cálculo do imposto total utilizou-se a somatória dos impostos gerados em cada elo da cadeia produtiva, desde a venda dos insumos agrícolas e industriais até a venda dos produtos finais. Para eliminar a dupla contagem e considerar os impostos agregados na cadeia produtiva, subtraíram-se deste total os impostos gerados nos primeiros elos (insumos agrícolas e industriais). Como premissa para estimativa dos impostos agregados na cadeia produtiva, considerou-se as empresas como optantes pelo sistema de tributação pelo lucro real.

O resultado desta estimativa demonstrou que os impostos totais sobre faturamento da cadeia somaram na safra 2008/09 cerca de US$ 339,4 milhões, sendo que US$ 150,67 milhões foram gerados pela venda de insumos agrícolas e industriais. Dessa forma, os impostos agregados na cadeia produtiva foram estimados em US$ 188,74 milhões.

MAPEAMENTO DO CONSUMO DE PRODUTOS CITRÍCOLAS

29. Benefícios nutricionais da laranja

Os benefícios da inclusão de frutas na dieta alimentar são inúmeros, em função do seu elevado valor nutricional, alto índice de fibras, água e vitaminas. Com a laranja, não é diferente. O consumo de uma unidade dessa fruta corresponde à quantidade recomendada de dose diária de vitamina C (60 mg). Essa poderosa vitamina aumenta a proteção contra infecções, tem propriedade cicatrizante e um alto poder de proteção antioxidante. Os antioxidantes protegem o organismo da ação prejudicial dos radicais livres. Seria preciso comer 15 maçãs para obter a mesma quantidade de vitamina C encontrada em uma laranja.

A laranja também facilita a função intestinal por causa do alto teor de fibras solúveis, encontradas na polpa e no bagaço. Na parte branca do bagaço, encontra-se também a pectina, que previne o câncer e ajuda a baixar o colesterol no organismo.

A quantidade de cálcio na laranja ajuda a manter a estrutura óssea, uma boa formação muscular e sanguínea. O betacaroteno, o fitonutriente que confere a cor à laranja, previne o câncer e infartos. Tomar suco de laranja diariamente pode também ser benéfico para aumentar o colesterol bom (HDL) e diminuir o colesterol ruim (LDL). Além disso, seus antioxidantes melhoram o funcionamento dos vasos sanguíneos, ajudando a prevenir algumas doenças do coração.

É bastante conhecida na Europa a campanha "5-a-day" para promover hábitos alimentares saudáveis, entre eles a ingestão de cinco porções de frutas e vegetais diariamente. Um copo de suco de frutas é considerado uma porção.

30. Definição de suco, néctar e refresco

Embora não seja de amplo conhecimento do consumidor mundial, a diferença entre suco, néctar e refresco está relacionada ao teor do suco de fruta presente na bebida envasada. No mundo todo, sucos devem conter 100% de fruta in natura, portanto, trata-se de um produto puro, sem conservantes ou adoçantes e sem corantes artificiais, com a possibilidade ou não de conter a polpa da própria fruta. Nesta categoria, pode-se verificar um desdobramento entre "Sucos Reconstituídos" que em síntese são concentrados de três a seis vezes nas fábricas de suco concentrado, onde são produzidos, e posteriormente diluídos em água potável em algum envasador voltando à condição original do suco (em termos de concentração de sólidos solúveis em água) no momento do envase para ser distribuído ao consumidor. Outro desdobramento da categoria sucos é a de "Sucos Não Concentrados", comumente chamados de NFC, do termo em inglês, que apenas passam por um leve processo de pasteurização.

Na categoria de néctar, a bebida envasada possui um menor conteúdo de suco puro que varia de 99% a 25% dependendo da legislação vigente em cada região do mundo. Ao contrário do suco (suco 100%), o néctar pode conter adoçantes, corantes e conservantes, aditivos que geralmente são mais baratos do que os sólidos solúveis das frutas, razão pela qual tornam esta categoria mais acessível a uma faixa de consumo de renda per capita intermediária.

Já na categoria de refresco, o conteúdo de suco na bebida envasada é abaixo de 25% e em muitos países não passa de 3% a 5% como, por exemplo, na China. Nessas bebidas encontra-se uma quantidade maior de aditivos, tornando-as um produto de menor valor agregado, representando a porta de entrada para o consumo de bebidas de frutas industrializadas da população de menor renda.

31. Consumo mundial de bebidas

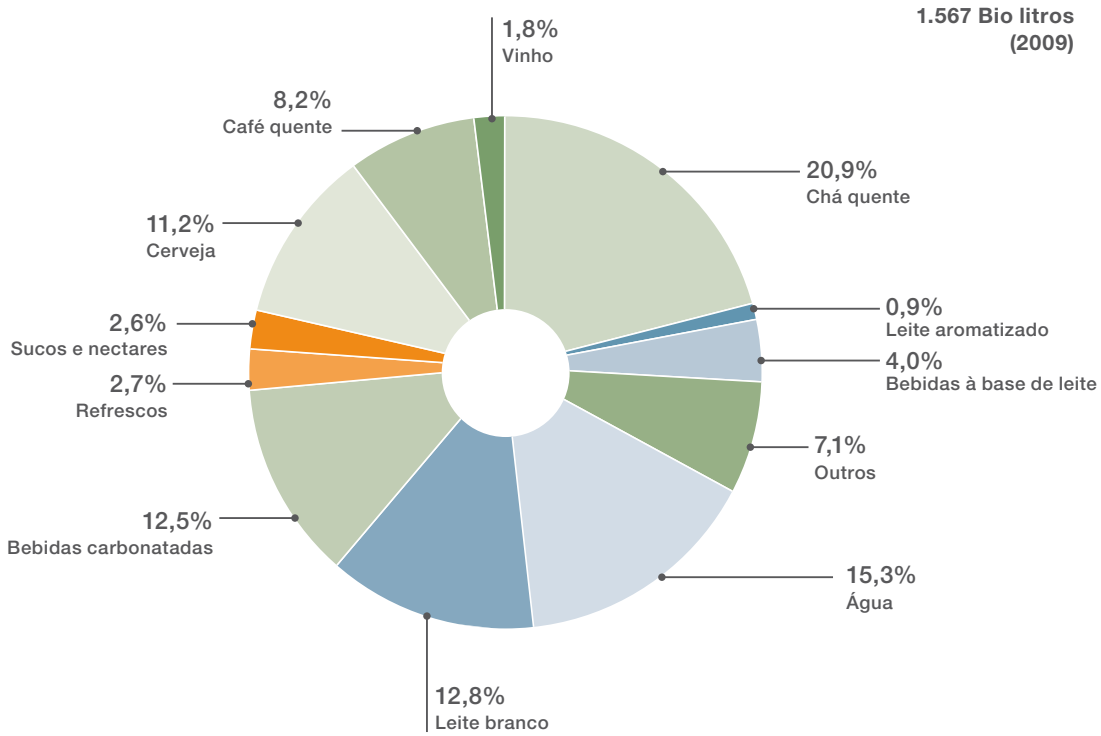
Nos últimos sete anos, o crescimento da população mundial tem aumentado a um ritmo de 1,2% ao ano e o consumo de bebidas comercializadas cresceu 3,6% ao ano. Portanto, nesse período criou-se um mercado de 297 bilhões de litros de bebidas, fazendo com que o mercado total de bebidas comercializadas atingisse cerca de 1,6 trilhão de litros em 2009, o equivalente a 231 litros por habitante por ano. A categoria líder em participação em 2009 foi a de chá quente, com 20,9%, seguida pela água engarrafada (15,3%), leite (12,8%), refrigerante (12,5%), cerveja (11,2%), café quente (8,2%), refresco (2,7%) e sucos e néctares (2,6%), conforme mostra o Gráfico 35.

Com uma participação de 35% dentro dos segmentos de sucos e néctares, o sabor laranja correspondeu em 2009 a 0,91% do mercado mundial de bebidas. Já no segmento de refrescos, com uma participação de 30%, o sabor laranja correspondeu a 0,82% do total.

De 2003 a 2009, as categorias de bebidas que apresentaram maior crescimento no consumo foram aquelas de menor valor agregado e baixo teor calórico, conforme mostra o Gráfico 36. Refrescos de frutas cresceram 7,3% ao ano, água engarrafada 6,6% ao ano, bebidas à base de leite 6,5% ao ano e chás quentes 4% ao ano. Sucos e néctares apresentaram crescimento de 2,1%.

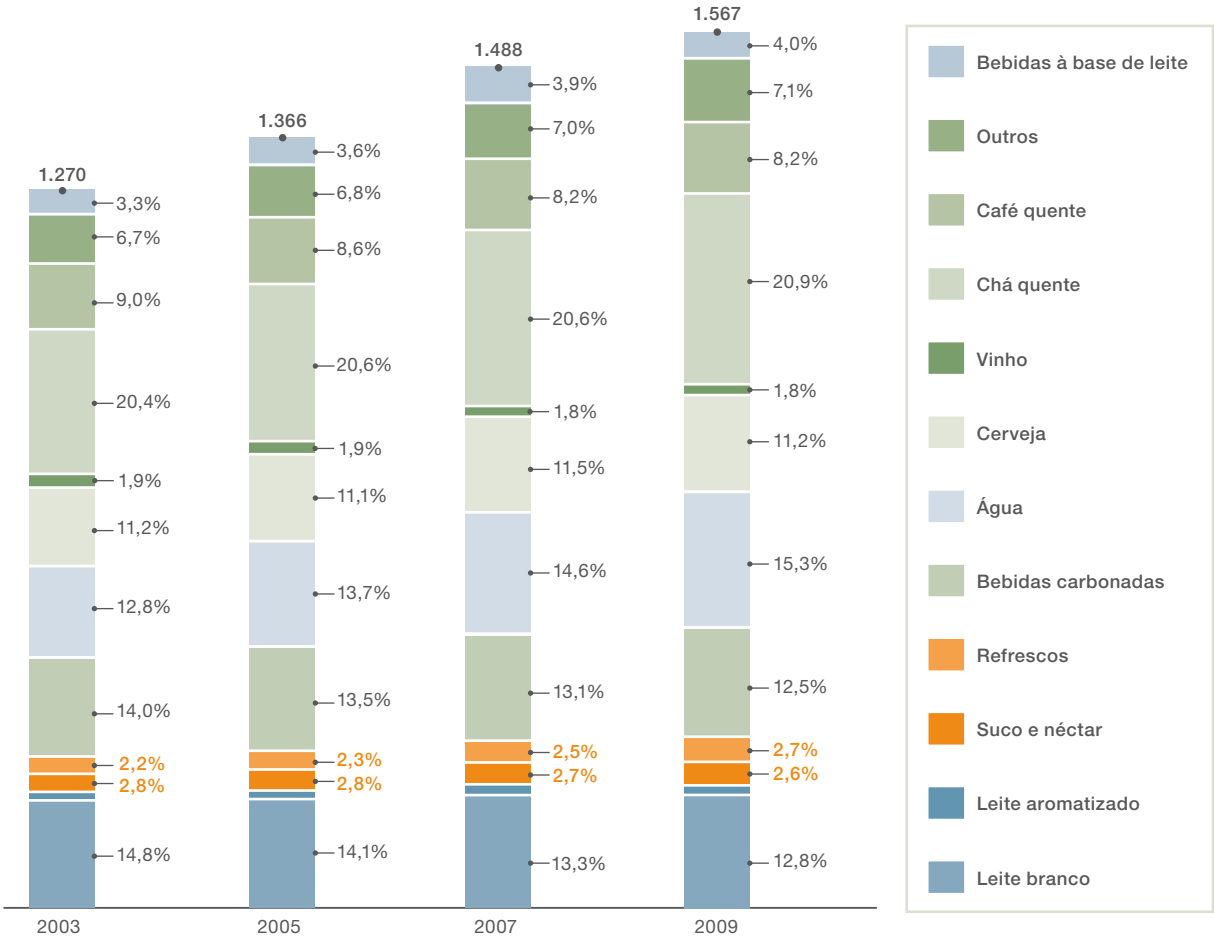
O consumidor global está cada vez mais atento ao preço, embora também siga as tendências de saúde, bem-estar, consumo responsável e conveniência. Essa orientação ao preço se acentuou após a crise de 2008, quando o consumidor passou a se preocupar mais com planejamento financeiro, reavaliando a necessidade de comprar produtos sofisticados e passando a valorizar promoções.

GRÁFICO 35: PARTICIPAÇÃO DO MERCADO MUNDIAL, POR CATEGORIA DE BEBIDA



Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de dados da Euromonitor

GRÁFICO 36: EVOLUÇÃO DA PARTICIPAÇÃO NO MERCADO, POR CATEGORIA DE BEBIDA



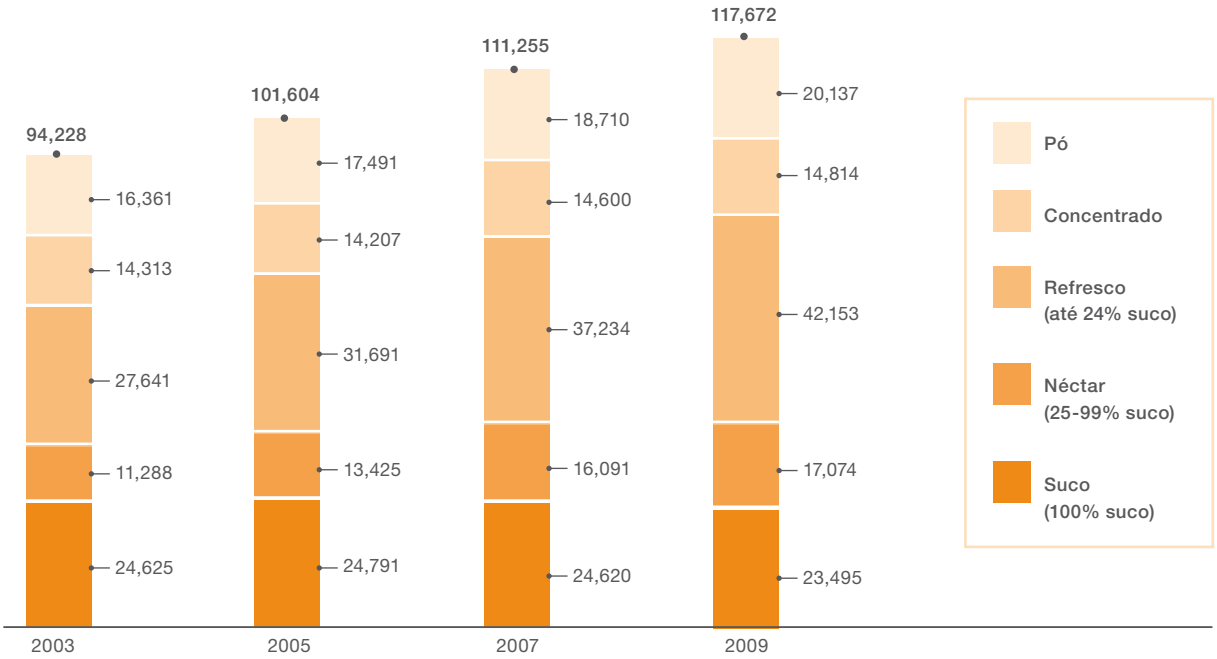
Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de TetraPak e Euromonitor International

32. Consumo mundial de sucos, néctares e refrescos de frutas

Em 2009, o mundo consumiu 117,7 bilhões de litros de bebidas industrializadas de fruta. Do volume total, 77% foram consumidos em 40 países, sendo 23,5 milhões de litros referentes à categoria de suco, 17 milhões de néctar, 42 milhões de refresco e 35 milhões de suco em pó e concentrado. No período de 2003 a 2009 o volume consumido de bebidas à base de frutas aumentou em 30,2%, porém, como a grande parte deste crescimento é oriunda de um aumento de consumo das classes sociais mais baixas nos países emergentes, a elevação do volume de vendas ocorreu fundamentalmente nas categorias de néctares e refrescos, não refletindo assim em uma maior demanda pelo suco de laranja a 66º Brix, por se tratarem de categorias de bebidas que são diluídas em água, em vez de 100% suco (Gráfico 37).

O crescimento das vendas de refrescos de 7% ao ano foi superior ao aumento da categoria de bebidas industrializadas, de 3,6% ao ano, ampliando a participação conjunta no mercado em 3,8%. Expansão semelhante, mas de forma menos intensa, com crescimento de 2,2% ao ano, ocorreu também

GRÁFICO 37: EVOLUÇÃO DO VOLUME DE BEBIDAS INDUSTRIALIZADAS DE FRUTA EM BILHÕES DE LITROS



Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de TetraPak e Euromonitor International

nos sucos em pó e concentrado, bebidas a serem diluídas em casa antes do consumo, cuja demanda também é maior em países em desenvolvimento, com destaque para a Índia.

Na contramão desse crescimento, a categoria de suco no mercado global apresenta uma retração de consumo de 0,8% ao ano e perde 0,4% de participação de mercado para as demais categorias, principalmente nos mercados tradicionais, os Estados Unidos e a Europa.

Nesse sentido, é importante ressaltar a relevância dos mercados emergentes para a sustentação do ritmo de crescimento anual de 2,7% dos sucos prontos para beber nos últimos sete anos nestes mercados. No período de 2003 a 2006, a demanda de sucos prontos para beber na Ásia, no Oriente Médio e na América Latina crescia a uma taxa anual de, respectivamente, 5,9%, 4% e 2,8%. Nesse período, o néctar apresentou um maior ritmo de expansão nos 40 países selecionados, de 7,6% ao ano, contra 3,6% ao ano do refresco e uma retração de 0,3% a.a. do suco. No período mais recente, de 2006 a 2009, o ritmo de crescimento das bebidas prontas para beber nesses mercados emergentes se intensificou, passando para taxas anuais de 9,8% na Ásia, 4,6% no Oriente Médio e 6,1% na América Latina. Nesse período, o ritmo de expansão anual do refresco elevou, para 6,4% ao ano, a do néctar reduziu para 2,5% ao ano e acentuou a retração na demanda dos sucos 100% para 2,1% ao ano.

33. O sabor laranja

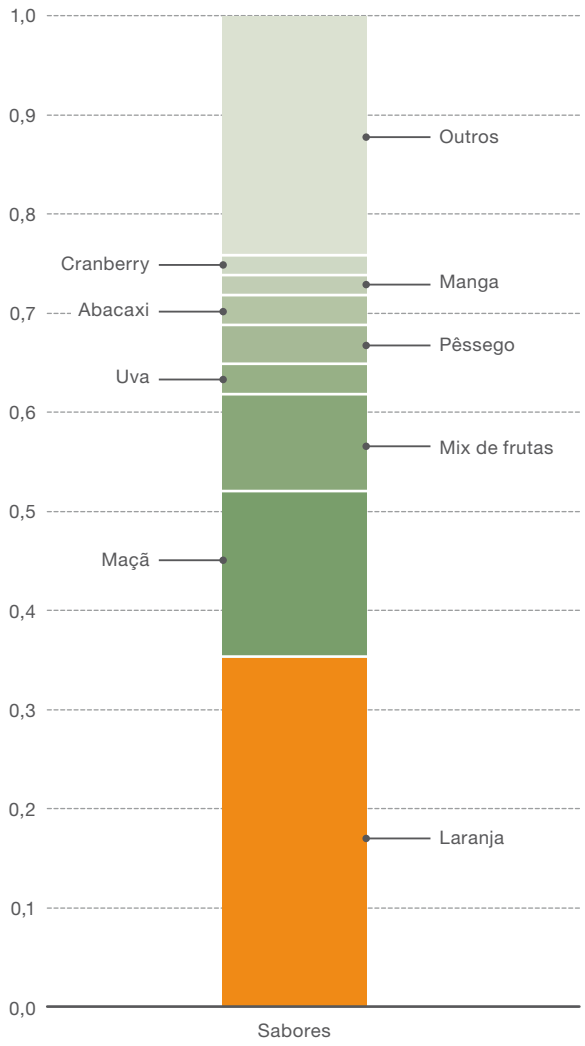
A laranja se destaca como o sabor mais tomado pelos consumidores entre as bebidas de frutas prontas para consumo. Em 2009, o sabor laranja teve uma participação de 35%, na frente do sabor maçã, que teve 16% de participação (Gráfico 38). Entretanto, em alguns mercados como nos Estados Unidos, o consumo do suco de maçã vem ganhando espaço em detrimento do consumo de

suco de laranja. Em países como a Rússia, Ucrânia e Turquia, o sabor maçã prevalece ao sabor laranja na categoria de sucos.

Nos 40 países selecionados, que representam 99% do consumo mundial do sabor laranja, uma análise detalhada mostra que dos 63,5 bilhões de litros consumidos de bebidas de frutas prontas para beber, 20,4 bilhões foram do sabor laranja e 7,5 bilhões do sabor maçã. Entretanto, no período de 2003 a 2009, na categoria de sucos, foi observada uma maior diversificação nos sabores consumidos, com uma redução da demanda anual pelos sabores laranja e maçã em, respectivamente, 1,6% e 2,3% e aumento da procura pelos sabores tomate e multifrutas, respectivamente de 2,6% e 1,3%. No caso dos néctares e refrescos, o volume do sabor laranja cresceu, mas em menor proporção quando comparado ao pêssego, uva, manga e multifrutas.

Essa diversificação nos sabores consumidos e consequente perda da participação no mercado pelo sabor laranja têm contribuído para a redução na demanda mundial de suco de laranja que entre 2003 e 2009 registrou uma queda de 6% (Tabela 27). Esse comportamento não é o que se esperaria analisando os principais dados demográficos dos 40 países que juntos representam 99% da demanda mundial do sabor laranja. Ao contrário do consumo de suco de laranja que caiu 6%, os índices demográficos mostraram crescimento: a população aumentou 5%, o PIB total 51%, o PIB per capita 43% e a renda líquida per capita 40% (Tabela 26 e 28).

GRÁFICO 38: PARTICIPAÇÃO DOS SABORES DAS FRUTAS NOS SUCOS E NÉCTARES CONSUMIDOS EM 2009



Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de TetraPak e Euromonitor International

TABELA 26: RESUMO DOS PRINCIPAIS DADOS DEMOGRÁFICOS NOS 40 PAÍSES SELECIONADOS

Resumo de dados dos 40 mercados selecionados		2003	2009	Variação
População em 1° de janeiro	Habitantes '000	4.388.933	4.629.576	5%
PIB total	Bilhões de dólares	$ 34.711.852	$ 52.267.396	51%
PIB per capita	Dólares por habitante	$ 7.909	$ 11.290	43%
Renda líquida per capita	Dólares por habitante	$ 5.235	$ 7.312	40%
Taxa de desemprego	Percentual	8,5%	8,1%	-5%
Consumo de suco de laranja FCOJ equiv. 66°Brix	000 toneladas	2.406	2.267	-6%

Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de TetraPak e Euromonitor International, Banco Mundial e CitrusBR

TABELA 27: CONSUMO DO SUCO DE LARANJA NOS 40 PAÍSES SELECIONADOS CONVERTIDO A MILHARES DE TONELADAS DE FCOJ EQUIVALENTES A 66º BRIX

	ANO	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Variação no Período
	TOTAL	2.406	2.403	2.379	2.349	2.299	2.246	2.267	-6%
	POR PAÍS								
1	ESTADOS UNIDOS	1.002	1.029	985	924	882	826	851	-15%
2	ALEMANHA	256	231	211	213	201	197	191	-26%
3	FRANÇA	152	147	153	158	163	162	165	9%
4	REINO UNIDO	146	141	141	143	140	144	138	-5%
5	CANADÁ	95	97	109	107	101	103	105	11%
6	JAPÃO	92	97	95	95	92	76	75	-18%
7	RUSSIA	51	59	63	74	79	78	74	44%
8	CHINA	44	42	48	56	60	68	74	66%
9	ESPANHA	43	45	47	48	49	48	47	9%
10	BRASIL	45	37	41	42	38	39	41	-8%
11	MÉXICO	35	32	34	33	35	39	40	15%
12	AUSTRÁLIA	38	40	40	40	40	39	40	5%
13	COREIA DO SUL	45	43	42	40	39	39	38	-14%
14	POLÔNIA	40	41	40	38	36	37	37	-8%
15	HOLANDA	36	37	35	35	32	32	33	-10%
16	ITÁLIA	33	33	33	31	30	29	29	-14%
17	ÁFRICA DO SUL	23	23	25	26	28	27	27	20%
18	ARÁBIA SAUDITA	15	16	17	19	21	22	23	53%
19	SUÉCIA	26	24	23	24	24	23	23	-12%
20	BÉLGICA	22	22	23	24	24	23	23	4%
21	ÍNDIA	19	17	16	16	17	18	19	-1%
22	NORUEGA	12	13	14	15	16	17	17	45%
23	ÁUSTRIA	19	18	18	17	17	16	17	-15%
24	SUÍÇA	15	14	14	14	14	14	14	-4%
25	ARGENTINA	4	5	5	6	9	12	13	255%
26	IRLANDA	13	13	14	14	14	14	13	5%
27	UCRÂNIA	5	8	11	12	14	15	12	119%
28	GRÉCIA	12	11	12	12	11	11	11	-7%
29	DINAMARCA	12	12	12	12	11	11	11	-8%
30	CHILE	6	6	7	8	9	11	11	92%
31	FINLÂNDIA	16	13	14	13	11	10	9	-42%
32	NOVA ZELÂNDIA	7	6	6	7	7	7	7	4%
33	ROMÊNIA	3	3	4	5	6	7	7	141%
34	INDONÉSIA	2	3	3	4	4	5	7	166%
35	TAIWAN	7	6	6	6	6	6	6	-8%
36	TURQUIA	3	4	5	7	7	6	6	107%
37	ISRAEL	5	5	5	4	4	4	4	-20%
38	MARROCOS	1	1	2	2	3	3	4	410%
39	FILIPINAS	3	3	3	3	3	3	3	4%
40	COLÔMBIA	4	3	3	3	3	4	3	-10%
	POR CONTINENTE								
1	América do Norte	1.097	1.127	1.094	1.031	984	929	956	-13%
2	Europa	916	891	886	909	898	895	875	-4%
	Europa Ocidental	802	764	752	761	746	741	730	-9%
	Europa Oriental	114	127	134	148	153	154	145	28%
3	Ásia	232	232	236	242	245	242	249	7%
4	América Latina e Central	93	84	90	92	95	104	109	18%
5	Oceania	45	46	46	47	46	46	47	5%
6	África	23	24	27	28	30	30	31	31%

Consumo de FCOJ equivalente a 66° Brix, não inclui suco de laranja utilizado para produção de carbonatados: estimativa de 70.000 toneladas anuais de FCOJ.
Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de CitruBR.

TABELA 28: RELAÇÃO ENTRE DADOS DEMOGRÁFICOS

	População em 1° de janeiro				PIB total - preços atuais convertidos em taxa de câmbio anual			PIB per capita - preços atuais convertidos em taxa de câmbio anual			Renda líquida per capita preços atuais convertidos em taxa de câmbio anual		
	Habitantes '000				Bilhões de dólares			Dólares por habitante			US$ por habitante		
	2003	2009	Varia-çao	Parti-cip.09	2003	2009	Varia-çao	2003	2009	Varia-çao	2003	2009	Varia-ção
MUNDO	**6.311.539**	**6.780.040**	**7%**	**100,0%**							**$ 3.897**	**$ 5.478**	**41%**
MERCADOS SELECIONADOS	**4.388.933**	**4.629.576**	**5%**	**68,3%**	**$ 34.711.852**	**$ 52.267.396**	**51%**	**$ 7.909**	**$ 11.290**	**43%**	**$ 5.235**	**$ 7.312**	**40%**
1 ESTADOS UNIDOS	290.211	306.600	6%	4,5%	$ 11.142.200	$ 14.258.200	28%	$ 38.393	$ 46.504	21%	$ 27.748	$ 32.915	19%
2 ALEMANHA	82.537	82.002	-1%	1,2%	$ 2.442.753	$ 3.347.688	37%	$ 29.596	$ 40.824	38%	$ 20.085	$ 27.299	36%
3 FRANÇA	60.067	62.449	4%	0,9%	$ 1.800.402	$ 2.650.169	47%	$ 29.973	$ 42.437	42%	$ 19.596	$ 28.789	47%
4 REINO UNIDO	59.438	61.612	4%	0,9%	$ 1.860.893	$ 2.176.911	17%	$ 31.308	$ 35.333	13%	$ 20.232	$ 22.016	9%
5 CANADÁ	31.676	33.651	6%	0,5%	$ 866.920	$ 1.339.745	55%	$ 27.368	$ 39.813	45%	$ 16.081	$ 24.083	50%
6 JAPÃO	127.694	127.595	0%	1,9%	$ 4.229.091	$ 5.070.367	20%	$ 33.119	$ 39.738	20%	$ 20.814	$ 25.374	22%
7 RÚSSIA	144.964	141.904	-2%	2,1%	$ 431.488	$ 1.229.906	185%	$ 2.977	$ 8.667	191%	$ 1.721	$ 5.242	205%
8 CHINA	1.284.530	1.328.020	3%	19,6%	$ 1.647.918	$ 4.909.358	198%	$ 1.283	$ 3.697	188%	$ 697	$ 2.025	191%
9 ESPANHA	41.663	45.521	9%	0,7%	$ 883.863	$ 1.460.681	65%	$ 21.215	$ 32.088	51%	$ 13.660	$ 20.431	50%
10 BRASIL	181.537	193.734	7%	2,9%	$ 552.384	$ 1.572.560	185%	$ 3.043	$ 8.117	167%	$ 1.963	$ 5.227	166%
11 MÉXICO	101.999	107.787	6%	1,6%	$ 700.324	$ 874.960	25%	$ 6.866	$ 8.117	18%	$ 4.744	$ 5.632	19%
12 AUSTRÁLIA	29.916	32.749	9%	0,5%	$ 540.407	$ 982.636	82%	$ 18.064	$ 30.005	66%	$ 11.239	$ 18.009	60%
13 COREIA DO SUL	47.860	48.747	2%	0,7%	$ 643.760	$ 831.531	29%	$ 13.451	$ 17.058	27%	$ 8.800	$ 11.247	28%
14 POLÔNIA	38.219	37.990	-1%	0,6%	$ 216.801	$ 430.637	99%	$ 5.673	$ 11.336	100%	$ 3.962	$ 7.041	78%
15 HOLANDA	16.193	16.410	1%	0,2%	$ 538.432	$ 794.823	48%	$ 33.251	$ 48.435	46%	$ 17.214	$ 23.661	37%
16 ITÁLIA	57.321	60.054	5%	0,9%	$ 1.507.505	$ 2.113.403	40%	$ 26.299	$ 35.192	34%	$ 18.267	$ 24.581	35%
17 ÁFRICA DO SUL	46.848	50.110	7%	0,7%	$ 168.219	$ 285.444	70%	$ 3.591	$ 5.696	59%	$ 2.182	$ 3.285	51%
18 ARÁBIA SAUDITA	22.496	25.721	14%	0,4%	$ 214.573	$ 364.287	70%	$ 9.538	$ 14.163	48%	$ 3.572	$ 5.849	64%
19 SUÉCIA	8.941	9.201	3%	0,1%	$ 314.713	$ 406.090	29%	$ 35.199	$ 44.135	25%	$ 17.607	$ 22.013	25%
20 BÉLGICA	10.356	10.661	3%	0,2%	$ 311.261	$ 468.689	51%	$ 30.056	$ 43.963	46%	$ 18.353	$ 28.341	54%
21 ÍNDIA	1.069.041	1.168.783	9%	17,2%	$ 591.332	$ 1.273.384	115%	$ 553	$ 1.089	97%	$ 475	$ 823	73%
22 NORUEGA	4.552	4.799	5%	0,1%	$ 225.116	$ 381.677	70%	$ 49.454	$ 79.533	61%	$ 24.889	$ 33.233	34%
23 ÁUSTRIA	8.102	8.383	3%	0,1%	$ 252.090	$ 385.022	53%	$ 31.114	$ 45.928	48%	$ 17.830	$ 27.209	53%
24 SUÍÇA	7.314	7.390	1%	0,1%	$ 325.052	$ 495.077	52%	$ 44.442	$ 66.993	51%	$ 28.845	$ 42.629	48%
25 ARGENTINA	38.024	40.277	6%	0,6%	$ 129.596	$ 307.156	137%	$ 3.408	$ 7.626	124%	$ 2.191	$ 4.460	104%
26 IRLANDA	3.964	4.448	12%	0,1%	$ 157.781	$ 227.260	44%	$ 39.807	$ 51.096	28%	$ 19.916	$ 26.855	35%
27 UCRÂNIA	47.824	45.919	-4%	0,7%	$ 50.133	$ 115.857	131%	$ 1.048	$ 2.523	141%	$ 639	$ 1.722	169%
28 GRÉCIA	11.006	11.252	2%	0,2%	$ 194.661	$ 330.021	70%	$ 17.686	$ 29.330	66%	$ 12.606	$ 20.867	66%
29 DINAMARCA	5.383	5.511	2%	0,1%	$ 212.968	$ 309.597	45%	$ 39.563	$ 56.178	42%	$ 17.899	$ 26.285	47%
30 CHILE	15.955	17.516	10%	0,3%	$ 73.990	$ 162.055	119%	$ 4.637	$ 9.252	100%	$ 3.034	$ 5.767	90%
31 FINLÂNDIA	5.206	5.326	2%	0,1%	$ 164.163	$ 234.941	43%	$ 31.533	$ 44.112	40%	$ 16.882	$ 25.021	48%
32 NOVA ZELÂNDIA	4.028	4.310	7%	0,1%	$ 73.098	$ 113.006	55%	$ 18.148	$ 26.219	44%	$ 10.327	$ 14.035	36%
33 ROMÊNIA	21.773	21.435	-2%	0,3%	$ 59.466	$ 161.109	171%	$ 2.731	$ 7.516	175%	$ 1.612	$ 4.266	165%
34 INDONÉSIA	213.655	229.965	8%	3,4%	$ 234.665	$ 539.348	130%	$ 1.098	$ 2.345	114%	$ 767	$ 1.429	86%
35 TAIWAN	22.521	23.034	2%	0,3%	$ 310.764	$ 378.969	22%	$ 13.799	$ 16.453	19%	$ 7.918	$ 8.991	14%
36 TURQUIA	66.333	71.517	8%	1,1%	$ 303.008	$ 614.002	103%	$ 4.568	$ 8.585	88%	$ 3.279	$ 6.293	92%
37 ISRAEL	6.690	7.404	11%	0,1%	$ 118.903	$ 194.762	64%	$ 17.773	$ 26.305	48%	$ 9.840	$ 14.917	52%
38 MARROCOS	29.821	31.992	7%	1,4%	$ 79.634	$ 160.847	102%	$ 977	$ 1.746	79%	$ 1.203	$ 2.107	75%
39 FILIPINAS	81.534	92.137	13%	0,7%	$ 91.703	$ 227.803	148%	$ 2.197	$ 4.989	127%	$ 688	$ 1.274	85%
40 COLÔMBIA	41.741	45.660	9%	0,5%	$ 49.823	$ 87.421	75%	$ 1.671	$ 2.733	64%	$ 1.604	$ 3.415	113%

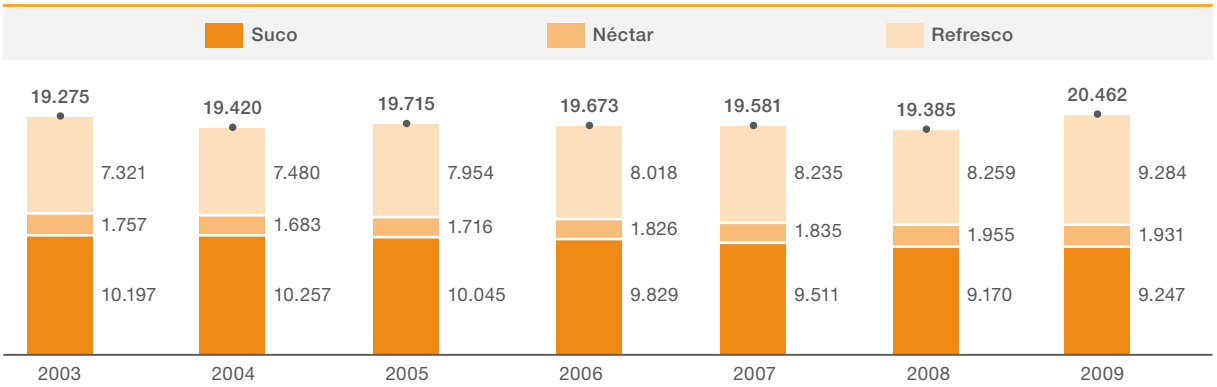
Consumo de FCOJ Equivalente a 66° Brix não inclui suco de laranja utilizado para produção de carbonatados: Estimativa 70.000 Toneladas anuais de FCOJ.
Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de dados de TetraPak e Euromonitor International, Banco Mundial e CitruBR

E CONSUMO DE BEBIDAS SABOR LARANJA

Taxa de desemprego		Consumo de suco de laranja por mercado				Consumo de suco de laranja per capita por mercado			Suco			Néctar			Refresco		
Percentual		'000 tons. de FCOJ equivalente a 66° Brix				Litros por habitante FCOJ reconstituido como suco 100% ao menor Brix de cada mercado			Partici-pação do sabor laranja - %		Sabores preferidos em 2009	Partici-pação do sabor laranja - %		Sabores preferidos em 2009	Partici-pação do sabor laranja %		Sabores preferidos em 2009
2003	2009	2003	2009	Variação	Parti-cip. 09	2003	2009	Varia-ção	2003	2009	1° colocado	2003	2009	1° colocado	2003	2009	1° colocado
8,5%	**8,1%**	**2.406**	**2.267**	**-6%**													
6,0%	9,2%	1.002	851	-15%	38%	22.5	17.2	-23%	61%	60%	Laranja	-	-	Multifrutas	26%	23%	Laranja
9,8%	7,6%	256	191	-26%	8%	17.5	13.1	-25%	36%	34%	Maçã	22%	19%	Multifrutas	24%	21%	Maçã
9,0%	9,6%	152	165	9%	7%	14.3	14.9	4%	56%	55%	Laranja	43%	35%	Laranja	43%	33%	Laranja
5,0%	7,7%	146	138	-5%	6%	13.8	12.6	-9%	65%	58%	Laranja	13%	13%	Cranberry	70%	61%	Laranja
7,6%	8,3%	95	105	11%	5%	16.0	16.7	5%	43%	48%	Laranja	33%	14%	Multifrutas	24%	37%	Laranja
5,3%	5,1%	92	75	-18%	3%	4.1	3.4	-18%	32%	25%	Vegetais	37%	39%	Laranja	40%	38%	Laranja
8,0%	8,3%	51	74	44%	3%	2.0	2.9	47%	15%	18%	Maçã	16%	18%	Multifrutas	15%	18%	Multifrutas
4,3%	4,5%	44	74	66%	3%	0.2	0.3	61%	55%	49%	Laranja	55%	55%	Laranja	55%	37%	Laranja
11,5%	18,1%	43	47	9%	2%	5.8	5.8	0%	30%	30%	Laranja	21%	20%	Laranja	67%	62%	Laranja
9,7%	8,1%	45	41	-8%	2%	1.3	1.1	-13%	76%	31%	Coco	16%	11%	Uva	93%	90%	Laranja
3,0%	5,5%	35	40	15%	2%	1.8	2.0	9%	52%	50%	Laranja	-	-	Manga	14%	18%	Laranja
5,9%	5,6%	38	40	5%	2%	8.1	7.7	-4%	66%	67%	Laranja	31%	30%	Laranja	-	-	Groselha
3,6%	3,6%	45	38	-14%	2%	5.0	4.2	-16%	54%	55%	Laranja	9%	22%	Tangerina	16%	25%	Romã
19,7%	8,1%	40	37	-8%	2%	5.9	5.4	-7%	34%	33%	Laranja	13%	16%	Cenoura	18%	15%	Multifrutas
4,0%	3,4%	36	33	-10%	1%	12.7	11.2	-11%	45%	34%	Laranja	18%	7%	Tropical	12%	6%	Multifrutas
8,5%	8,0%	33	29	-14%	1%	3.3	2.7	-18%	28%	26%	Laranja	8%	7%	Pera	50%	52%	Laranja
28,0%	23,7%	23	27	20%	1%	2.6	2.9	12%	71%	61%	Laranja	62%	62%	Laranja	69%	67%	Laranja
5,2%	5,8%	15	23	53%	1%	3.5	4.7	34%	34%	35%	Laranja	30%	32%	Laranja	33%	33%	Laranja
6,8%	8,3%	26	23	-12%	1%	16.6	14.2	-14%	59%	50%	Laranja	55%	50%	Laranja	44%	34%	Multifrutas
8,2%	7,9%	22	23	4%	1%	12.1	12.2	1%	54%	49%	Laranja	46%	40%	Laranja	71%	67%	Laranja
10,1%	8,8%	19	19	-1%	1%	0.1	0.1	-10%	40%	29%	Manga	-	-	Maçã	1%	6%	Manga
4,5%	3,2%	12	17	45%	1%	14.5	20.0	38%	61%	65%	Laranja	40%	31%	Laranja	65%	68%	Laranja
4,3%	4,6%	19	17	-15%	1%	13.5	11.1	-18%	39%	42%	Laranja	38%	31%	Laranja	16%	17%	Laranja
4,1%	4,3%	15	14	-4%	1%	11.5	10.9	-5%	40%	40%	Laranja	40%	40%	Laranja	41%	40%	Laranja
17,3%	8,9%	4	13	255%	1%	0.5	1.8	235%	41%	85%	Laranja	26%	19%	Maçã	53%	47%	Laranja
4,6%	12,2%	13	13	5%	1%	18.2	17.1	-6%	69%	68%	Laranja	4%	6%	Cranberry	64%	61%	Laranja
9,1%	9,2%	5	12	119%	1%	0.6	1.5	128%	13%	12%	Maçã	13%	12%	Tropical	2%	2%	Multifrutas
9,8%	9,1%	12	11	-7%	0%	6.0	5.4	-9%	33%	25%	Multifrutas	26%	22%	Multifrutas	-	-	Groselha
5,5%	5,9%	12	11	-8%	0%	12.4	11.2	-10%	47%	43%	Laranja	48%	41%	Laranja	48%	44%	Laranja
7,4%	7,1%	6	11	92%	0%	1.9	3.3	75%	89%	85%	Laranja	34%	31%	Laranja	34%	50%	Laranja
9,0%	8,2%	16	9	-42%	0%	17.4	9.8	-44%	66%	64%	Laranja	51%	48%	Laranja	62%	57%	Laranja
4,8%	5,8%	7	7	4%	0%	10.4	10.2	-2%	45%	39%	Laranja	30%	20%	Tropical	16%	17%	Groselha
7,0%	6,5%	3	7	141%	0%	0.7	1.7	145%	38%	47%	Laranja	38%	26%	Laranja	40%	32%	Laranja
10,6%	8,4%	2	7	166%	0%	0.1	0.2	147%	36%	34%	Laranja	31%	27%	Laranja	23%	32%	Laranja
5,0%	5,9%	7	6	-8%	0%	1.5	1.4	-10%	18%	19%	Laranja	4%	5%	Laranja	17%	21%	Laranja
10,5%	13,9%	3	6	107%	0%	0.2	0.4	92%	35%	13%	Maçã	8%	5%	Pêssego	18%	19%	Damasco
10,7%	7,6%	5	4	-20%	0%	4.4	3.2	-28%	75%	75%	Laranja	40%	38%	Laranja	40%	27%	Laranja
11,9%	9,3%	1	4	410%	0%	0.1	0.6	376%	69%	67%	Laranja	64%	64%	Laranja	-	-	-
11,4%	7,5%	3	3	4%	0%	0.2	0.2	-8%	11%	11%	Abacaxi	37%	36%	Laranja	70%	63%	Laranja
14,4%	11,8%	4	3	-10%	0%	0.5	0.4	-18%	92%	97%	Laranja	14%	7%	Manga	12%	17%	Blackberry

O tipo de bebida demandada com sabor laranja também tem passado por alterações nos últimos sete anos. Enquanto houve uma retração de 1,6% no consumo de suco de laranja houve um aumento do consumo de néctar e refrescos em 4% e 1,6%, respectivamente (Gráfico 39). O perfil de consumo dos países por tipo de bebida está relacionado com a sua disponibilidade de renda per capita.

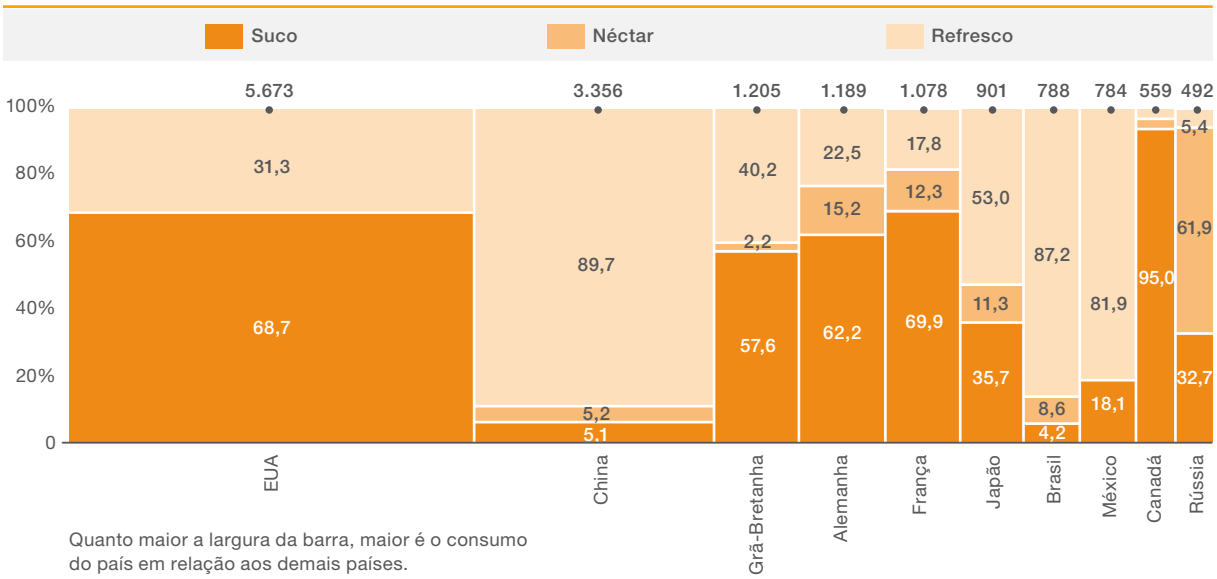
GRÁFICO 39: EVOLUÇÃO DO CONSUMO DE SUCO DE LARANJA NOS PAÍSES SELECIONADOS, EM MILHÕES DE LITROS, POR CATEGORIA DE BEBIDA



Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de TetraPak e Euromonitor International

Regiões com elevada renda per capita, como Estados Unidos e Europa, tendem a consumir sucos de laranja 100%, que por possuir maior conteúdo da fruta são mais caros. Já os países com menor disponibilidade de renda per capita, como o grupo Bric mais México, tendem a consumir uma maior quantidade de néctares e refrescos, que são bebidas mais acessíveis, em função da sua menor concentração de suco (Gráfico 40).

GRÁFICO 40: CONSUMO DO SABOR LARANJA POR CATEGORIA DE BEBIDA EM PAÍSES SELECIONADOS

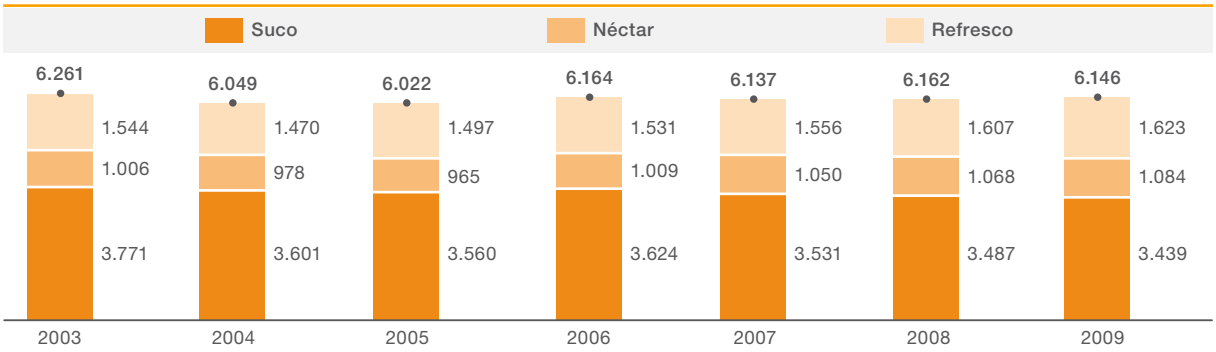


Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de TetraPak e Euromonitor International

34. O sabor laranja na Europa

A Europa, principal destino do suco de laranja brasileiro, consumiu 29% do volume mundial de bebidas do sabor laranja em 2009, sendo 56% na forma de sucos, 18% em néctares e 26% em refrescos (Gráfico 41). Entre 2003 e 2009, houve retração de 2% no consumo de bebidas de laranja, cujo responsável foi o suco, com redução de 7%, enquanto o néctar e o refresco apresentaram aumento no volume em 8% e 5%, respectivamente. Dos 20 países selecionados da Europa, 15 têm a laranja como sabor preferido na categoria de sucos, enquanto 4 preferem maçã.

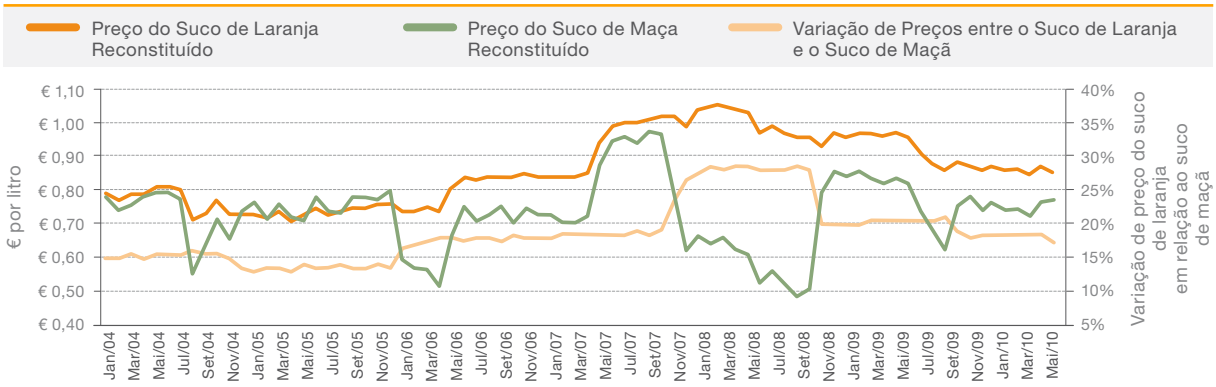
GRÁFICO 41: EVOLUÇÃO NO CONSUMO DE SUCO DE LARANJA NA EUROPA, EM MILHÕES DE LITROS, POR CATEGORIA DE BEBIDA



Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de TetraPak e Euromonitor International

A Alemanha, com 1,2% da população mundial, e uma renda líquida per capita de US$ 27,3 mil, em 2009, apresentou uma demanda de 191 mil toneladas de FCOJ Equivalente a 66º Brix. É o maior mercado de destino do suco de laranja brasileiro, uma vez que o mercado dos Estados Unidos é fundamentalmente abastecido com produção própria. Entretanto, como na Alemanha o sabor preferido é o de maçã, a relação entre o preço do suco de laranja e o preço do suco de maçã no varejo tem grande impacto no consumo destes produtos. O suco de laranja é sempre mais caro do que o de maçã (Gráfico 42), no entanto, quando a diferença de preço entre ambos aumenta, ocorre uma migração do consumo em maior proporção do sabor laranja para o maçã, principalmente, nos consumidores de renda menor.

GRÁFICO 42: VARIAÇÃO DO PREÇO NO VAREJO ALEMÃO DO SUCO DE LARANJA EM RELAÇÃO AO SUCO DE MAÇÃ



Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de CitrusBR

35. O sabor laranja na América do Norte

Em 2009, a América do Norte demandou um volume de 6,2 bilhões de litros de bebidas do sabor laranja, 11,5% a menos do que em 2003. Nesse mercado, o consumo ocorre predominantemente na forma de suco e, em menor quantidade, em refresco. O néctar é insignificante. Desse total, os Estados Unidos consumiram 5,7 bilhões de litros, equivalentes a 92% do consumo norte-americano.

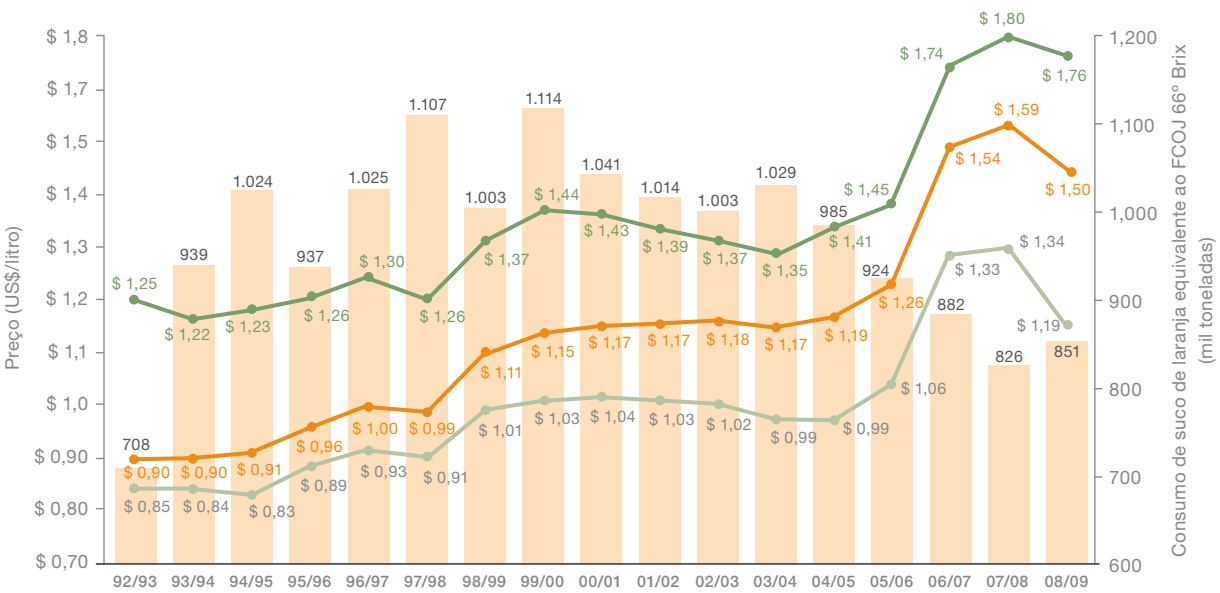
Os Estados Unidos, com 4,5% da população mundial e uma renda líquida per capita de US$ 32,9 mil são, o maior e mais influente mercado de suco de laranja no planeta, pois, além de serem os maiores concorrentes brasileiros na produção de FCOJ, são também os maiores consumidores do suco. Com uma demanda em 2009 de 851 toneladas de FCOJ Equivalente a 66º Brix, os Estados Unidos foram responsáveis por 38% do consumo mundial.

A demanda de suco de laranja caiu na última década em 24%, saindo de 1.114 mil toneladas para 851 mil toneladas, sofrendo uma retração de 263 mil toneladas, o equivalente a uma diminuição da necessidade anual de cerca de 60 milhões de caixas de laranja (Gráfico 43).

Tamanha redução foi consequência de vários fatores. Em 2000 iniciou-se uma mudança de comportamento de consumo, em função do começo da elevação da taxa de desemprego marcada pelos atentados de 11 de Setembro (que antes se encontrava em 4%), provocando o primeiro ajuste da economia americana na década.

Em meados dos anos 2000, o setor de bebidas começou a sentir o efeito das dietas de baixo

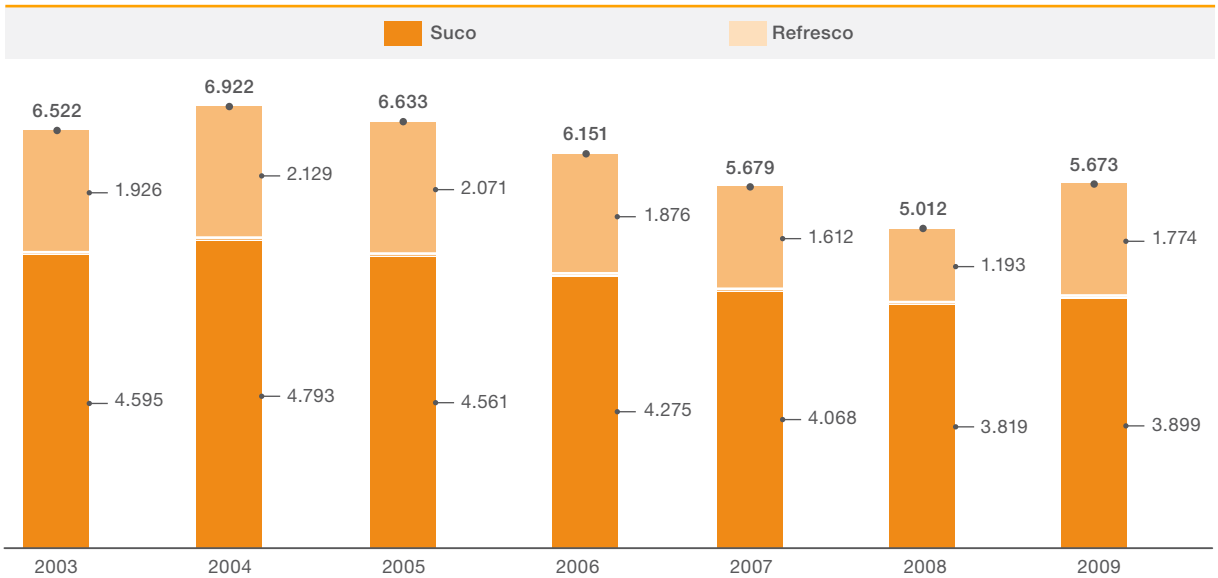
GRÁFICO 43: VARIAÇÃO ENTRE PREÇO E CONSUMO DE SUCO DE LARANJA NOS ESTADOS UNIDOS



	92/93	93/94	94/95	95/96	96/97	97/98	98/99	99/00	00/01	01/02	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09
Variação de preço	0%	1%	6%	4%	-1%	12%	4%	1%	0%	1%	-1%	2%	6%	22%	3%	-6%	
Variação de volume	33%	9%	-9%	9%	8%	-9%	11%	-7%	-3%	-1%	3%	-4%	-6%	-4%	-6%	3%	

Fonte: Elaborado por Markestrat.
O consumo equivalente a FCOJ 66º Brix foi calculado a partir de dados de estoque inicial e final de safra (nas datas de 30 de setembro) e dados de produção, importação e exportação (entre outubro do ano 1 e setembro do ano 2), reportados pelo FDOC (Florida Department of Citrus). Os preços foram elaborados a partir de dados da Nielsen, também reportados pela FDOC.

GRÁFICO 44: CONSUMO DO SABOR LARANJA NOS ESTADOS UNIDOS POR TIPO DE BEBIDA EM MILHÕES DE LITROS



Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de TetraPak e Euromonitor International

carboidrato que já vinham sendo amplamente divulgadas nos Estados Unidos – dietas Atkins e South Beach – com o aumento da demanda por produtos menos calóricos.

Depois em 2004 e 2005 vieram os furacões que diminuíram a oferta e elevaram exponencialmente os preços da caixa da laranja e em menor proporção os preços de suco na gôndola do supermercado. Essa desproporcionalidade no preço pago pela fruta e no preço de venda do suco reduziu a margem do envasador nas bebidas de sabor laranja. Esta dinâmica levou ao corte de investimentos em propagandas e promoções de vendas de suco de laranja, intensificando ainda mais a redução de consumo.

Por último, a recente crise financeira mundial que elevou a taxa de desemprego para 9,2% nos Estados Unidos fez com que um percentual da população deixasse de consumir produtos mais caros, por exemplo, o suco de laranja. Este mesmo período coincide com a aceleração de inovações da indústria de bebidas passando a ofertar uma avalanche de novos produtos de mais baixo custo, maior margem de lucro, menor poder calórico e

TABELA 29: O BALANÇO DA OFERTA

		92/93	93/94	94/95	95/96	96/97
ESTOQUE INICIAL EM 1º DE OUTUBRO	**Mil Tons.**	**88**	**153**	**230**	**177**	**194**
PRODUÇÃO INTERNA DE SUCO DE LARANJA						
Flórida	Mil Tons.	596	741	849	850	974
Texas	Mil Tons.	0	0	1	1	2
Califórnia/Arizona	Mil Tons.	48	49	32	37	34
TOTAL	**Mil Tons.**	**644**	**789**	**882**	**887**	**1.010**
IMPORTAÇÃO DE SUCO DE LARANJA						
Belize	Mil Tons.	7	5	6	7	13
Brasil	**Mil Tons.**	**187**	**256**	**104**	**104**	**137**
Canadá	Mil Tons.	1	0	1	1	1
Costa Rica	**Mil Tons.**	**2**	**3**	**4**	**6**	**14**
República Dominicana	Mil Tons.	0	0	0	1	1
Honduras	Mil Tons.	3	2	4	4	6
México	**Mil Tons.**	**11**	**32**	**50**	**31**	**37**
Outros países	Mil Tons.	2	2	2	1	0
TOTAL	**Mil Tons.**	**211**	**301**	**170**	**156**	**209**
Participação do suco de laranja brasileiro na importação de suco dos Estados Unidos		88%	85%	61%	67%	66%
EXPORTAÇÃO DE SUCO DE LARANJA						
Canadá	Mil Tons.	29	18	22	24	28
Europa	Mil Tons.	30	29	39	39	54
Japão	Mil Tons.	8	14	4	11	10
Outros países	Mil Tons.	16	13	18	15	12
TOTAL	**Mil Tons.**	**83**	**74**	**82**	**89**	**105**
SALDO DA BALANÇA COMERCIAL DE SUCO DE LARANJA	Mil Tons.	128	227	88	67	104
ESTOQUE FINAL EM 30 DE SETEMBRO	Mil Tons.	153	230	177	194	283
	Semanas de Consumo	8	12	10	10	13
CONSUMO ATRIBUÍDO NOS ESTADOS UNIDOS	Mil Tons.	708	939	1.024	937	1.025

Fonte: Elaborado por Markestrat.

ainda com apelo de imagem de modernidade.

Conforme apresentado no Gráfico 44, em 2009 os Estados Unidos consumiram 5.673 milhões de litros de bebidas de laranja, incluindo as categorias de sucos e refrescos, ou 851 milhões de toneladas de FCOJ equivalente a 66º Brix (Gráfico 44).

Diferentemente da Europa, os Estados Unidos produzem boa parte do suco de laranja que consomem. Das 851 mil toneladas de FCOJ Equivalente a 66º Brix consumidas na safra de 2009/09, 88% foram produzidas internamente (Tabela 29).

Com vantagens econômicas pela não incidência de impostos de importação e taxas de anti-dumping, a Costa Rica e o México são países prioritários em fornecimento de suco de laranja aos Estados Unidos. Entre as safras 1992/93 e 2008/09 esses países elevaram de 13 mil toneladas para 86 mil tons suas exportações de FCOJ equivalente a 66º Brix provocando queda na participação brasileira nas importações americanas de 88% para 54%.

Com a recuperação dos pomares floridianos após os furacões, a manutenção das importações e a redução recente do consumo, os estoques de passagem americanos de final de safra, nos últimos três anos, se elevaram de 16 para 29 semanas de consumo em FCOJ equivalente a 66º Brix.

E DEMANDA DOS ESTADOS UNIDOS

97/98	98/99	99/00	00/01	01/02	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09
283	**358**	**362**	**437**	**463**	**468**	**480**	**559**	**426**	**316**	**257**	**441**
1.044	811	988	944	990	845	1.019	637	648	571	777	725
2	1	2	4	1	2	2	2	1	2	2	1
40	49	61	25	21	36	17	45	49	55	44	23
1.086	**862**	**1.051**	**974**	**1.013**	**883**	**1.038**	**684**	**699**	**628**	**822**	**749**
6	8	12	9	3	6	14	21	10	8	15	12
124	**184**	**167**	**119**	**78**	**161**	**109**	**164**	**141**	**184**	**174**	**121**
1	1	1	2	2	2	2	4	3	3	5	4
16	**17**	**24**	**22**	**17**	**20**	**23**	**21**	**19**	**30**	**27**	**23**
1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	3	4	3	1	1	2	1	2	0	1
48	**35**	**30**	**23**	**29**	**10**	**6**	**39**	**33**	**51**	**62**	**63**
0	1	2	2	1	5	1	1	3	3	2	1
199	**248**	**239**	**182**	**134**	**206**	**157**	**253**	**211**	**282**	**287**	**224**
62%	74%	70%	65%	58%	78%	70%	65%	67%	65%	61%	54%
31	34	32	35	34	39	40	45	46	53	63	47
48	42	44	33	69	15	28	21	36	19	19	22
13	12	10	8	9	4	5	3	3	2	2	2
12	14	15	10	16	16	14	15	13	13	15	17
103	**102**	**101**	**87**	**128**	**74**	**87**	**84**	**97**	**87**	**98**	**88**
96	145	138	95	5	132	70	169	114	196	189	136
358	362	437	465	468	480	559	426	316	257	441	476
19	17	22	24	24	24	30	24	19	16	27	29
1.107	1.003	1.114	1.041	1.014	1.003	1.029	985	924	882	826	851

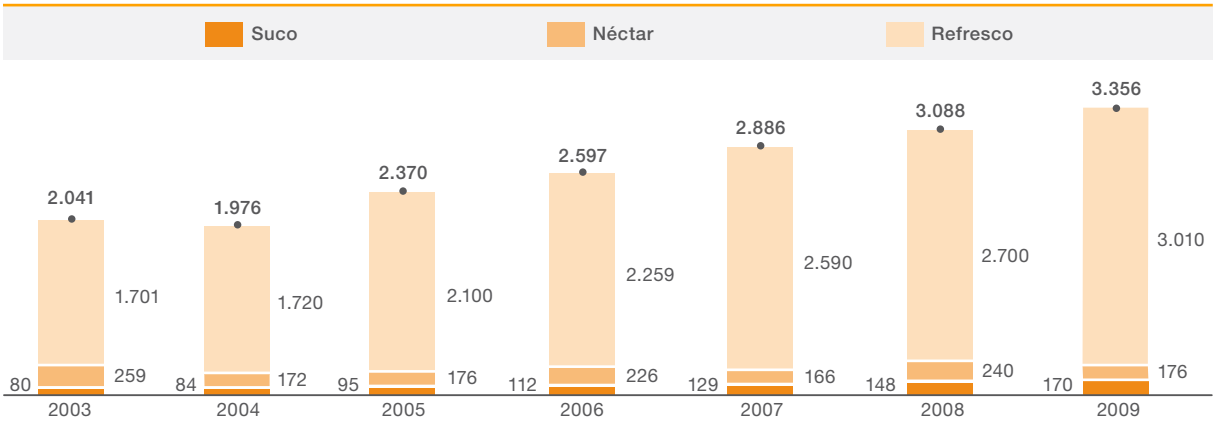
O consumo equivalente a FCOJ 66 º Brix foi calculado a partir de dados de estoque inicial e final de safra (nas datas de 30 de setembro) e dados de produção, importação e exportação (entre outubro do ano 1 e setembro do ano 2), reportados pelo FDOC (Florida Department of Citrus).

36. O sabor laranja no grupo de países do BRIC mais México

O grupo formado pelos países do Bric mais México, com 43,4% da população mundial, consomem 221 mil toneladas de FCOJ Equivalente a 66º Brix, sendo 80% na forma de refresco, 10% em néctar e 10% em suco, perfil de consumo por categoria de bebida típico de países de menor renda líquida per capita. Entre 2003 e 2009, o volume de bebidas do sabor laranja (suco, néctar e refresco) aumentou em 50%, sendo que os refrescos aumentaram em 62%.

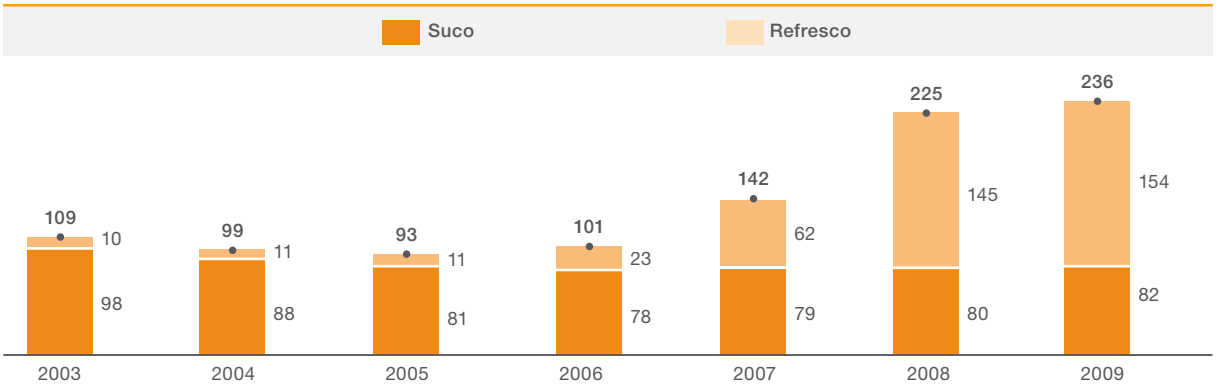
A China, com 19,6% da população mundial e Renda líquida per capita de US$ 2,02 mil, apresentou em 2009 um consumo de bebidas (suco, néctar e refresco) do sabor laranja de 3,4 bilhões de litros, um volume 64% maior do que em 2003, registrando uma taxa anual média de crescimento de sucos de 13,3% e na de refrescos de 10% ao ano.
A categoria néctar, em contrapartida, retraiu-se em 6,3% ao ano. Apesar da grande taxa de crescimento de consumo registrada na China, em 2009 ela consumiu apenas 74 mil toneladas de FCOJ equivalente 66º Brix, o que evidencia que o consumo é fundamentalmente de refrescos com

GRÁFICO 45: EVOLUÇÃO DO CONSUMO DE SUCO DE LARANJA NA CHINA, EM MILHÕES DE LITROS, POR CATEGORIA DE BEBIDA



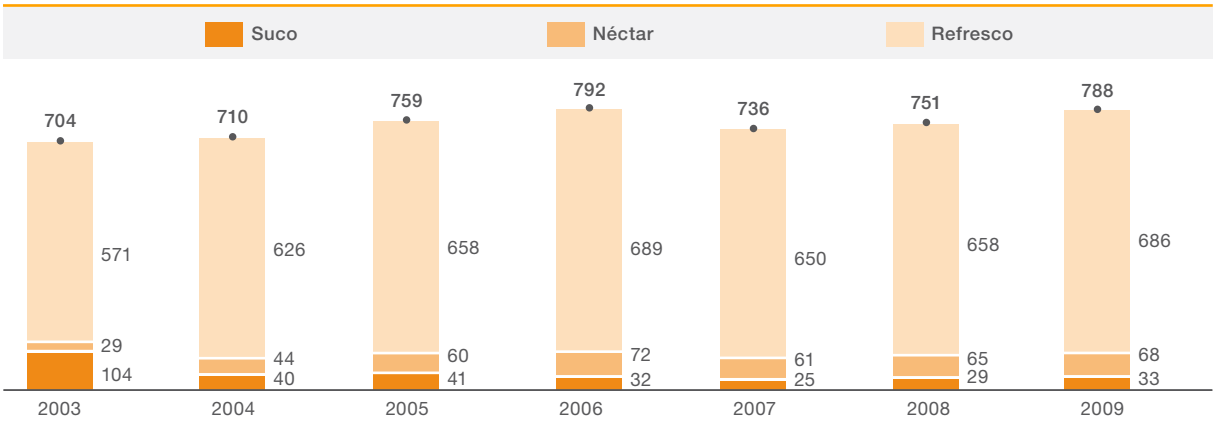
Fontes: Elaborado por Markestrat, a partir de TetraPak e Euromonitor International

GRÁFICO 46: EVOLUÇÃO DO CONSUMO DE SUCO DE LARANJA NA ÍNDIA, EM MILHÕES DE LITROS, POR CATEGORIA DE BEBIDA



Fontes: Elaborado por Markestrat, a partir de TetraPak e Euromonitor International

GRÁFICO 47: EVOLUÇÃO DO CONSUMO DE SUCO DE LARANJA NO BRASIL, EM MILHÕES DE LITROS, POR CATEGORIA DE BEBIDA



Fontes: Elaborado por Markestrat, a partir de TetraPak e Euromonitor International

TABELA 30: SIMULAÇÃO DE ANÁLISE DE CONSUMO DE SUCO NOS PAÍSES DO BRIC E MÉXICO

País	PIB per capita	Renda disponível per capita	Conteúdo de suco fator de diluição		Segmentos	Consumo de suco de laranja em 2009	
			néctar	refresco		litros '000	tons FCOJ equiv. a 66°Brix
Brasil	$8.117	$5.227	75%	20%		788	41.475
Russia	$8.677	$5.242	50%	13%		492	56.169
India	$1.089	$823		105		236	18.246
China	$3.697	$2.025	25%	5%		3.356	68.248
México	$8.117	$5.632		9%		784	37.412
BRIC + México	$5.991	$3.790			500 549 4,519	5.656	221.552
Alemanha	$40.824	$27.299	72%	11%	62% 15% 23%		
BRICs + México - Consumo simulado					3,507 848 1,301	5.656	792.658
Demanda adicional de suco laranja baseada na simulação					Demanda adicional de 142 milhões de caixas de laranja		571.105

Fonte: Elaborado por Markestrat, a partir de Tetra Pak e Euromonitor International.

baixo teor de suco de laranja (Gráfico 45).

Na Índia, com 17,2% da população mundial e uma renda líquida per capita de US$ 823, o sabor manga é o preferido. Nesse país, o consumo de FCOJ equivalente a 66º Brix em 2009 foi de apenas 19 mil toneladas, ou 236 milhões de litros de bebidas do sabor laranja, incluindo os refrescos e sucos (Gráfico 46).

O Brasil, com 2,9% da população mundial e uma renda líquida per capita de US$ 5,23 mil, consumiu, em 2009, 41 mil tons de FCOJ Equivalente a 66º Brix na forma de sucos, néctares e refrescos industrializados ou 788 milhões de litros (Gráfico 47).

Com exceção do Brasil, a concentração de suco de laranja em néctares e refrescos dos países do grupo BRIC + México é muito inferior àquela apresentada nos países da Europa. Na Alemanha, os néctares e refrescos de sabor laranja apresentam, respectivamente, 72% e 11% de conteúdo de suco no produto embalado. Na China os percentuais caem para 25% e 5%, respectivamente.

Portanto, o potencial de mercado para o sabor laranja nesses países emergentes está relacionado com a qualidade da bebida. Caso estes países mantivessem o mesmo volume de consumo de sabor laranja de 2009, de 5,6 bilhões de litros, porém migrassem do consumo de bebidas diluídas para as mesmas proporções de sucos, néctares e refrescos consumidos na Alemanha e aos mesmos fatores de diluição deste país, o incremento de consumo seria da ordem de 142 milhões de caixas de laranja (Tabela 30).

37. Potencial de crescimento do mercado interno brasileiro

Na safra 2009/10 o consumo per capita de suco de laranja no Brasil foi de 12,3 litros, quando somados o consumo das 41 mil toneladas de FCOJ diluído aos 100 milhões de caixas de laranja vendidas in natura no mercado interno que, na sua quase totalidade, se transformam em suco em bares, padarias, restaurantes, hotéis e residências (Tabela 31).

Se o consumo de suco de laranja no Brasil se equiparasse aos patamares de países que possuem hábito diário de consumo de suco de laranja industrializado, a demanda incremental pela laranja brasileira poderia ser da ordem de 22milhões a 65 milhões de caixas. Isso demonstra a necessidade de políticas de governo e estratégias da iniciativa privada de explorar mais fortemente o mercado interno (Tabela 32).

TABELA 31: CONSUMO DE SUCO DE LARANJA NO BRASIL ATUAL E POTENCIAL

	Safra Total 2009/10	Consumo In-Natura 2009/10	Consumo das Industrias 2009/10
	Milhões Caixas	Milhões Caixas	Milhões Caixas
São Paulo e Triângulo Mineiro (CitrusBr)	317,4	43,3	274,1
Bahia e Sergipe (IBGE)	44,0	35,4	8,6
Paraná e R.G. do Sul (IBGE)	13,1	4,6	8,5
Pará 2009-10 (IBGE)	5,0	5,0	0,0
Goiás 2009-10 (IBGE)	3,1	3,1	0,0
Rio de Janeiro (IBGE)	1,4	1,4	0,0
Outros Estados (IBGE)	7,2	7,2	0,0
TOTAL BRASIL	391,2	100,0	291,2

Consumo de Laranja in-natura:	em fruta	4.081.224.000	Kgs de Fruta
	em suco equivalente	2.148.012.632	Litros de Suco
Consumo de Suco Industrializado no Brasil - 41.000 tons de FCOJ diluido		231.203.008	Litros de Suco
Consumo Total de Suco de Laranja no Brasil (In-Natura + FCOJ diluido)		2.379.215.639	Litros de Suco
População Brasileira		192.876.397	Pessoas
Consumo Per Capita de Suco de Laranja no Brasil		12,3	Litros de Suco

Fontes: Elaborado por Markestrat, a partir de dados do IBGE e da CitrusBr

TABELA 32: POTENCIAL DE CRESCIMENTO DO MERCADO INTERNO EQUIPARANDO O CONSUMO PER CAPITA BRASILEIRO AO DOS PAÍSES EM QUE A POPULAÇÃO POSSUI HÁBITO DE CONSUMO DIÁRIO DE SUCO DE LARANJA INDUSTRIALIZADO

Países Selecionados	Litros Per Capita de Suco de Laranja	Potencial de Incremento no Brasil	
		Litros	Caixas de Laranja
Noruega	20,0	1.477.737.980	65.852.851
Estados Unidos	17,2	944.789.989	42.102.941
Irlanda	17,1	916.204.515	40.829.078
Canadá	16,7	838.087.101	37.347.910
França	14,9	500.834.989	22.318.850

Fontes: Elaborado por Markestrat

38. O poder de fogo do varejo internacional

As indústrias brasileiras especializaram-se na produção e distribuição internacional de suco de laranja da mesma forma que os envasadores e grandes marcas se especializaram no envase e revenda de bebidas ao varejo em cada um dos países onde atuam.

Para ganhar eficiência neste mercado altamente competitivo, cada vez mais todos os elos da cadeia produtiva de suco de laranja estão se concentrando, desde as empresas produtoras de insumos até os canais de distribuição varejista (Tabela 34). Em razão disso, o poder de barganha dos varejistas frente aos envasadores e estes, por sua vez, frente aos exportadores brasileiros de suco de laranja, é significativamente desproporcional. Na venda de alimentos no varejo, ano a ano é notório o crescimento das grandes redes. Somente o Walmart vendeu sozinho mais de US$ 425 trilhões em 2009 (Tabela 33).

Mesmo os menores varejistas têm se organizado em pools ou organizações de compra para aumentar o poder de barganha e fazer frente à competição com as maiores cadeias de varejo. O AMS, maior pool de compras, é formado por 12 redes varejistas e fatura mais do que o Carrefour em todo o mundo, ou cinco vezes o faturamento agregado das 5 maiores redes varejistas do Brasil. O Coopernic, EMD e Agenor/ Aladis individualmente faturam mais do que Tesco, maior rede do Reino Unido. O faturamento destes pools é extremamente maior do que o faturamento das principais redes de varejo no Brasil (Tabela 35).

TABELA 33: RANKING MUNDIAL DO VAREJO EM 2009

Posição	Ranking mundial do varejo em 2009		Faturamento total (Bilhões de dólares)	Venda alimento	Número de lojas
Varejista	Região	(Bilhões de dólares)			
1	Walmart	Atuação mundial	$ 425.488	$ 253.206	7.987
2	Carrefour	Atuação mundial	$ 149.567	$ 117.161	18.725
3	Tesco	Europa, Ásia	$ 94.909	$ 71.292	4.812
4	Kroger	Estados Unidos	$ 82.531	$ 71.398	3.623
5	Seven & I	Ásia, Oceania, América do Norte	$ 80.061	$ 57.871	25.351
6	Schwarz Group - Lidl Kaufland	Europa, Ásia	$ 82.066	$ 68.746	9.703
7	AEON	Ásia	$ 74.674	$ 59.931	139
8	Costco	América do Norte e Central, Ásia	$ 74.993	$ 48.806	559
9	Aldi	Europa, Estados Unidos	$ 73.467	$ 66.258	9.394
10	Auchan	Europa, Ásia. África	$ 72.983	$ 50.827	2.964
11	Metro Group	Europa	$ 72.595	$ 46.204	1.310
12	Target	Estados Unidos	$ 66.733	$ 29.563	1.740
13	Rewe Group	Europa	$ 66.225	$ 57.924	11.944
14	Casino - Extra. Pão de Açúcar	Europa, América do Sul, África	$ 66.032	$ 49.590	10.805
15	Walgreens	Estados Unidos, América Central	$ 64.423	$ 59.672	7.496
16	Ahold	Europa, Estados Unidos	$ 60.672	$ 53.987	4.987
17	Edeka	Alemanha	$ 59.143	$ 54.736	15.146
18	CVS	Estados Unidos, Porto Rico	$ 56.120	$ 52.619	7.108
19	Leclerc	Europa	$ 49.656	$ 35.025	1.118
20	Best Buy	América do Norte. Europa	$ 49.098		
21	Safeway	América do Norte	$ 44.665	$ 40.489	1.881
22	Woolworths (AUS)	Oceania, Índia	$ 43.879	$ 35.775	300
23	ITM (Intermarché)	Europa	$ 40.073	$ 5.884	3.715
24	SuperValu	Estados Unidos	$ 36.160	$ 32.878	2.379
25	Sainsbury	Reino Unido	$ 32.846	$ 25.038	495
26	Coles Group	Austrália, Nova Zelândia	$ 29.991	$ 23.433	3.387
27	Delhaize Group	Europa, Estados Unidos	$ 29.596	$ 24.720	2.732
28	Système U	Europa, América do Sul, África	$ 27.696	$ 23.515	1.217
29	Rite Aid	Estados Unidos	$ 26.077	$ 24.343	4.780
30	Publix	Estados Unidos	$ 25.533	$ 23.184	1.062

Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de TetraPak, IGD e Planet Retail

TABELA 34: CONCENTRAÇÃO NA VENDA DE ALIMENTOS DOS 5 PRINCIPAIS VAREJISTAS EM PAÍSES SELECIONADOS

PAÍSES	PARTICIPAÇÃO DE MERCADO		
	2000	2005	2009
Israel	99,3%	99,5%	100,0%
Suíça	80,7%	85,1%	89,9%
Coréia do Sul	58,5%	72,3%	80,2%
Austria	72,5%	71,9%	79,1%
França	70,0%	64,8%	79,0%
Alemanha	66,4%	72,9%	76,6%
Espanha	52,7%	56,7%	69,2%
Japão	66,6%	63,4%	67,8%
Russia	60,9%	55,1%	67,2%
Itália	69,6%	67,5%	66,5%
Canadá	60,6%	54,8%	60,5%
Reino Unido	50,6%	59,8%	59,8%
Polônia	51,4%	41,6%	50,7%
Estados Unidos	42,7%	45,3%	49,4%
Brasil*	41,0%	36,0%	43,0%

** Dados do Brasil são da APAS e referem-se a participação das 5 maiores redes varejistas no mercado de auto-serviço.*
Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de Tetra Pak, IGD e Planet Retail.

TABELA 35: POOLS OU ORGANIZAÇÕES DE COMPRA DOS VAREJISTAS NA EUROPA E FATURAMENTO DAS CINCO PRINCIPAIS REDES DE VAREJO NO BRASIL

POOLS OU ORGANIZAÇÕES DE COMPRA DOS VAREJISTAS NA EUROPA				FATURAMENTO DOS MEMBROS ESTIVATIVA 2009 - Dólares Milhões
ORGANIZAÇÃO	MEMBROS			
AMS http://www.ams-sourcing.com/ 19 países	Ahold www.ahold.com Booker www.booker.co.uk Dansk Supermarked www.dsg.dk Delhaize www.delhaize.br	Esselunga www.esselunga.it ICA www.ica.se Jerónimo Martins www.jeronimo-martins.pt Kesko www.kesko.fi/	Migros www.migros.ch Morrisons www.morrisons.co.uk Superquinn www.superquinn.ie Système U www.magasins-u.com	$208.297
COOPERNIC www.rewe-group.com/en/company/coopernic 23 países	Rewe Group www.rewe-group.com/en/ Conad www.conad.it	E.Leclerc www.e-leclerc.com Coop Schweiz www.coop.ch/	Colruyt www.colruyt.be	$137.157
EMD http://www.emd-ag.com 19 países	Axfood www.axfood.se/ Euromadi www.euromadi.es/ Markant www.markant.co.at/de/ SuperGros Mercator www.supergros.dk/	Musgrave Group www.musgravegroup.com/ Tuko Logistics www.tuko.fi/ ESD Italia www.emd-ag.com/e/partners/italienesditalia.shtm www.mercator.si/	Norgesgruppen www.norgesgruppen.no/ Superunie www.superunie.nl/	$122.500
AGENOR/ALIDIS 10 países	Edeka www.edeka.de/	Eroski www.eroski.es/es	Intermarché www.intermache.com	$110.979
BIGS www.spar.de 14 países	Redes afiliada ao Spar			$18.800
BLOC quatro países	Cactus www.cactus.lu Cora Louis Delhaize www.cora.be Delberghe Deli XL www.delixl.nl Distri-Group 21 Frost Invest	Hanos Nederland www.hanos.nl HMIJ EUG Huyghebaert HorecaTotaal www.horecatotaal.be Lambrechts La Provencale www.provencale.lu	LDIP Maximo Theunissen VAC	
CBA Bósnia–Herzegovina	Varejos independentes e atacados nos países: República da Látvia Bulgaria Croacia Hungria	Romênia Lituânia Montenegro Polônia	Sérvia Eslováquia Eslovênia	11 países
CRAI 19 países	Varejos independentes e atacados nos países: República da Albania	Itália	Malta	

	VAREJISTA	FATURAMENTO TOTAL 2009 - Milhões dólares
CINCO PRINCIPAIS VAREJISTAS NO BRASIL	Carrefour	$ 12.815
	Casino - Extra. Pão de Açúcar	$ 10.975
	Walmart	$ 10.884
	Lojas Americanas	$ 2.731
	SHV Makro	$ 2.588

Website para consumidores do Reino Unido verificarem os preços da lista de compra em todos supermercados de sua vizinhança antes de irem às compras www.mysupermarket.co.uk
Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de TetraPak, IGD e Planet Retail

TABELA 36: PARTICIPAÇÃO DOS CINCO PRINCIPAIS VAREJISTAS QUE DISTRIBUEM

Principais mercados consumidores	Consumo por mercado							
	Consumo de toneladas equivalentes a FCOJ 66° Brix	Partici-pação no consumo mundial de suco de laranja	Partici-pação acumu-lada	Participação dos 5 maiores varejistas				
				No mercado total de varejo	Na venda de alimentos	Na venda de bebidas não alcoólicas	1° colocado	
							Vendas	Varejista
Total de países selecionados	2.267	100%						
1 ESTADOS UNIDOS	851	38%	38%	53%	47%	62%	$ 320,8 bi	Walmart
2 ALEMANHA	191	8%	46%	76%	77%	80%	$ 59,1 bi	Edeka
3 FRANÇA	165	7%	53%	73%	68%	71%	$ 63,5 bi	Carrefour
4 REINO UNIDO	138	6%	59%	63%	60%	64%	$ 64,7 bi	Tesco
5 CANADÁ	105	5%	64%	61%	59%	62%	$ 23,7 bi	Loblaw
6 JAPÃO	75	3%	67%	65%	64%	-	$ 72,1 bi	AEON
7 RÚSSIA	74	3%	71%	68%	67%	-	$ 9,9 bi	X5 Retail Group
8 CHINA	74	3%	74%	44%	47%	-	$ 9,6 bi	China Res, Ent,
9 ESPANHA	47	2%	76%	72%	69%	68%	$ 21,6 bi	Mercadona
10 BRASIL	41	2%	78%	41%	41%	-	$ 12,8 bi	Carrefour
11 MÉXICO	40	2%	79%	82%	83%	-	$ 20,2 bi	Walmart
12 AUSTRÁLIA	40	2%	81%	92%	92%	-	$ 38,4 bi	Woolworths
13 COREIA DO SUL	38	2%	83%	83%	77%	-	$ 10,8 bi	Shinsegae
14 POLÔNIA	37	2%	85%	50%	51%	53%	$ 5,5 bi	Jerónimo Martins
15 HOLANDA	33	1%	86%	59%	60%	63%	$ 14,8 bi	Ahold
16 ITÁLIA	29	1%	87%	66%	66%	68%	$ 18,4 bi	Coop Italia
17 ÁFRICA DO SUL	27	1%	88%	90%	90%	-	$ 7,5 bi	Shoprite
18 ARÁBIA SAUDITA	23	1%	89%	78%	77%	-	$ 1,9 bi	Panda
19 SUÉCIA	23	1%	90%	90%	90%	-	$ 13,5 bi	Ahold
20 BÉLGICA	23	1%	91%	78%	80%	77%	$ 8,7 bi	Colruyt
21 ÍNDIA	19	1%	92%	70%	66%	-	$ 1,4 bi	Pantaloon
22 NORUEGA	17	1%	93%	94%	93%	-	$ 10,5 bi	NorgesGruppen
23 ÁUSTRIA	17	1%	94%	79%	80%	79%	$ 9,5 bi	Rewe Group
24 SUÍÇA	14	1%	94%	86%	89%	89%	$ 16,5 bi	Migros
25 ARGENTINA	13	1%	95%	68%	88%	-	$ 6,3 bi	Musgrave
26 IRLANDA	13	1%	96%	78%	76%	73%	$ 3,8 bi	Carrefour
27 UCRÂNIA	12	1%	96%	67%	78%	-	$ 1,4 bi	Fozzy
28 GRÉCIA	11	0%	97%	66%	76%	77%	$ 4,1 bi	Carrefour
29 DINAMARCA	11	0%	97%	86%	91%	-	$ 9,7 bi	Coop Danmark
30 CHILE	11	0%	98%	92%	98%	-	$ 4,3 bi	Cencosud
31 FINLÂNDIA	9	0%	98%	89%	93%	-	$ 13,5 bi	SOK
32 NOVA ZELÂNDIA	7	0%	98%	94%	95%	-	$ 6,3 bi	Foodstuffs
33 ROMÊNIA	7	0%	99%	75%	78%	76%	$ 3,1 bi	Metro Group
34 INDONÉSIA	7	0%	99%	67%	84%	-	$ 1,3 bi	Indomaret
35 TAIWAN	6	0%	99%	61%	64%	-	$ 4,0 bi	Pres, Chain Store
36 TURQUIA	6	0%	99%	68%	74%	-	$ 4,2 bi	Migros Ticaret
37 ISRAEL	4	0%	100%	100%	100%	-	$ 3,2 bi	Shufersal
38 MARROCOS	4	0%	100%	94%	93%	-	1,2 bi	ONA
39 FILIPINAS	3	0%	100%	82%	80%	-	$ 2,1 bi	SM Investment
40 COLÔMBIA	3	0%	100%	84%	90%	-	$ 2,9 bi	Casino

Consumo de FCOJ equivalente a 66° Brix não inclui suco de laranja utilizado para produção de carbonatados: estimativa 70.000 toneladas anuais de FCOJ.
Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de TetraPak, IGD e Planet Retail

O SUCO DE LARANJA NOS PRINCIPAIS MERCADOS CONSUMIDORES

Participação dos 5 principais varejistas por mercado

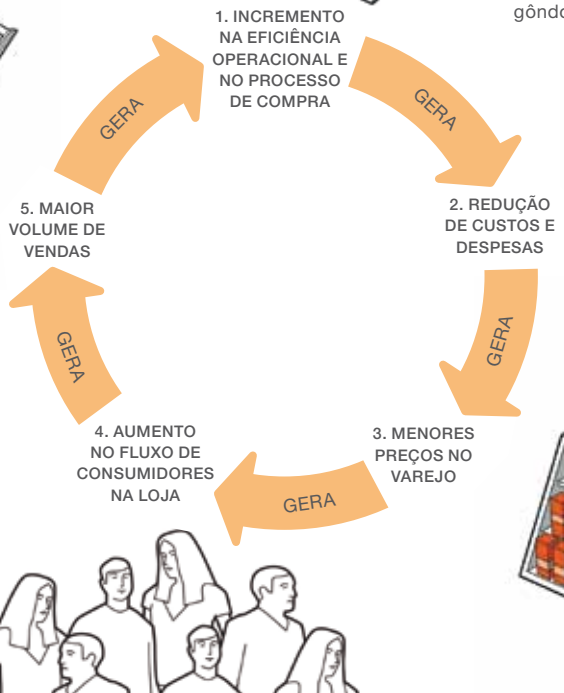
Ranking por faturamento total

2° colocado		3° colocado		4° colocado		5° colocado	
Vendas	Varejista	Vendas	Varejista	Vendas	Varejista	Vendas	Varejista
$ 82,5 bi	Kroger	$ 66,7 bi	Target	$ 63,8 bi	Walgreens	$ 57,6 bi	Costco
$ 41,1 bi	Rewe Group	$ 38,1 bi	Schwarz Group	$ 33,6 bi	Aldi	$ 26,7 bi	Metro Group
$ 44,4 bi	Leclerc	$ 37,6 bi	Casino	$ 35,5 bi	ITM (Intermarché)	$ 31,5 bi	Auchan
$ 32,8 bi	Sainsbury	$ 31,9 bi	Walmart	$ 25,5 bi	Morrisons	$ 15,1 bi	Marks & Spencer
$ 16,9 bi	Walmart	$ 14,4 bi	Sobeys	$ 10,3 bi	Costco	$ 10,2 bi	Metro (CAN)
$ 58,9 bi	Seven & I	$ 20,7 bi	Uny	$ 18,5 bi	LAWSON	$ 17,4 bi	Isetan Mitsukoshi
$ 6,1 bi	Magnit	$ 5,6 bi	Auchan	$ 4,9 bi	Metro Group	$ 2,4 bi	O'Key
$ 9,3 bi	Lianhua	$ 7,4 bi	Auchan	$ 6,0 bi	Walmart	$ 5,6 bi	Carrefour
$ 20,3 bi	Carrefour	$ 20,0 bi	El Corte Inglés	$ 11,8 bi	Eroski	$ 6,8 bi	Auchan
$ 11,0 bi	Casino	$ 10,9 bi	Walmart	$ 2,7 bi	Lojas Americanas	$ 2,6 bi	SHV Makro
$ 7,1 bi	Soriana	$ 4,0 bi	OXXO	$ 3,2 bi	Comercial Mexicana	$ 3,1 bi	Chedraui
$ 28,7 bi	Coles Group	$ 14,4 bi	Metcash (AUS)	$ 2,4 bi	Aldi	$ 1,9 bi	AUR
$ 9,8 bi	Lotte Shopping	$ 7,0 bi	Tesco	$ 3,9 bi	GS Retail	$ 2,0 bi	Eland
$ 4,9 bi	Metro Group	$ 3,3 bi	Tesco	$ 3,1 bi	Schwarz Group	$ 2,8 bi	Carrefour
$ 5,2 bi	C1000	$ 3,8 bi	Aldi	$ 3,6 bi	Sperwer	$ 3,4 bi	Sligro
$ 13,0 bi	Auchan	$ 10,9 bi	Carrefour	$ 9,9 bi	Conad	$ 8,4 bi	Esselunga
$ 6,0 bi	Pick n Pay	$ 3,7 bi	SPAR (South Africa)	$ 3,5 bi	Massmart	$ 2,3 bi	Metcash (RSA)
$ 1,0 bi	Bin Dawood	$ 0,9 bi	Carrefour	$ 0,8 bi	Al Othaim	$ 0,4 bi	Al Sadhan
$ 7,4 bi	KF Gruppen	$ 6,8 bi	Axel Johnson	$ 3,5 bi	Systembolaget	$ 3,2 bi	Apoteket
$ 7,9 bi	Carrefour	$ 7,1 bi	Delhaize Group	$ 3,9 bi	Aldi	$ 2,8 bi	Louis Delhaize
$ 0,6 bi	Reliance Retail	$ 0,3 bi	Aditya Birla	$ 0,3 bi	RPG Group	$ 0,2 bi	Metro Group
$ 6,1 bi	Reitan	$ 4,2 bi	Coop Norge	$ 3,7 bi	Ahold	$ 1,4 bi	Phoenix
$ 6,9 bi	SPAR (Austria)	$ 4,6 bi	Aldi	$ 1,3 bi	Schwarz Group	$ 1,2 bi	Metro Group
$ 13,6 bi	Coop (CH)	$ 2,7 bi	Manor	$ 1,5 bi	Rewe Group	$ 1,1 bi	Aldi
$ 4,1 bi	Tesco	$ 3,2 bi	Dunnes	$ 2,3 bi	Stonehouse	$ 1,1 bi	La Anónima
$ 2,5 bi	Cencosud	$ 1,9 bi	Walmart	$ 1,5 bi	Coto	$ 2,1 bi	BWG
$ 1,3 bi	Metro Group	$ 1,1 bi	ATB Market	$ 0,8 bi	Furshet	$ 0,6 bi	Retail Group
$ 2,3 bi	Schwarz Group	$ 2,2 bi	Delhaize Group	$ 1,8 bi	Sklavenitis	$ 1,4 bi	Veropoulos
$ 7,8 bi	Dansk Supermarked	$ 5,5 bi	Dagrofa	$ 2,5 bi	SuperBest amba	$ 1,6 bi	Reitan
$ 3,6 bi	Walmart	$ 2,2 bi	SMU	$ 0,7 bi	Falabella	$ 0,7 bi	FASA
$ 7,8 bi	Kesko	$ 2,0 bi	Suomen Lähikauppa	$ 1,1 bi	Wihuri	$ 1,1 bi	Stockmann
$ 3,9 bi	Woolworths (AUS)	$ 1,1 bi	The Warehouse Group	$ 0,2 bi	LVMH	$ 0,2 bi	Coles Group
$ 2,0 bi	Rewe Group	$ 1,7 bi	Carrefour	$ 1,3 bi	Schwarz Group	$ 0,6 bi	Louis Delhaize
$ 1,2 bi	Carrefour	$ 0,7 bi	Matahari	$ 0,7 bi	Dairy Farm	$ 0,7 bi	Alfa Mart
$ 2,7 bi	Isetan Mitsukoshi	$ 1,9 bi	Carrefour	$ 1,5 bi	Auchan	$ 1,4 bi	PXmart
$ 3,8 bi	BIM	$ 2,2 bi	Carrefour	$ 1,8 bi	Metro Group	$ 1,0 bi	Tesco
$ 2,0 bi	Blue Square	$ 0,7 bi	Tiv Taam	$ 0,0 bi	Delek	$ 0,0 bi	L'Occitane
0,3 bi	Metro Group	0,3 bi	Casino	0,2 bi	Hanouty	0,1 bi	Label'Vie
$ 0,7 bi	Puregold	$ 0,5 bi	Robinsons	$ 0,5 bi	Mercury Drug	$ 0,4 bi	China Res, Ent,
$ 1,9 bi	Carrefour	$ 0,8 bi	Olimpica	$ 0,5 bi	LA 14	$ 0,4 bi	Alkosto

O CICLO DO VAREJO NA CORRIDA PELA EFICIÊNCIA E AS CONSEQUÊNCIAS PARA A LARANJA

1. Visando um maior faturamento por metro quadrado e maior eficiência operacional, os varejistas controlam a disponibilidade de espaço para cada tipo de produto nas gôndolas dando preferência a produtos com maior giro de estoque e com maior margem de lucro.

2. Além disso, as redes varejistas reduzem a quantidade de itens disponíveis na gôndola, diminuindo assim os volumes de estoque e complexidade do processo de compras. Esta estratégia propicia vantagens logísticas já que o varejista ganha em agilidade e diminui o custo da operação como um todo. A consequência é que as indústrias têm menos espaço de prateleira para expor suas marcas encarecendo ainda mais os chamados slotting fees, que são as taxas fixas pagas pelos fabricantes para garantir exposição de seus produtos nas gôndolas dos supermercados.

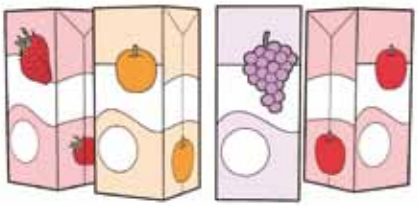


5. Por fim, as redes varejistas na Europa e nos Estados Unidos, principais destinos do suco de laranja brasileiro, operam com margens de lucro líquidas significativamente superiores, em alguns casos até três vezes maiores às registradas pelo setor no Brasil.

3. Outra estratégia para redução de custos e despesas no varejo é a adoção de marcas próprias, as chamadas private labels ou marcas brancas. Este tipo de produto está sistematicamente ganhando mercado frente às marcas tradicionais, pois, nos países desenvolvidos, oferecem o mesmo padrão de qualidade por menor preço. Consequentemente, observam-se fabricantes de marcas tradicionais exercendo enorme pressão em todos os elos da cadeia a fim de garantirem competitividade de mercado para seus produtos.

4. A tecnologia da informação é uma arma fundamental utilizada atualmente por varejistas na busca por eficiência e redução de custo de compra. No caso das negociações de sucos em geral, tem se tornado prática de mercado as cadeias varejistas convidarem os envasadores, seus fornecedores de suco envasado, a participarem de processos eletrônicos de leilão reverso, onde o fornecedor com menor preço consegue fechar o pedido com a rede distribuidora.

O uso da tecnologia da informação também tem auxiliado o consumidor final a buscar alternativas que tornam sua lista de compra mais barata. No Reino Unido, com a ajuda de um único website (www.mysupermarket.co.uk), o consumidor pode comparar os preços dos alimentos nas principais redes de varejo em sua redondeza antes mesmo de sair de casa, escolhendo, assim, quais itens comprar em cada supermercado.



Este ciclo do varejo na corrida pela eficiência apresentado na Figura 8 resulta numa preferência por parte do varejista em outros tipos em vez do suco de laranja, ou seja, bebidas mais baratas, de giro mais rápido e de custo de armazenamento inferior aos altos custos necessários para a manutenção do suco em ambiente refrigerado.

Fontes: Markestrat, baseado em TetraPak

39. A concentração dos envasadores

Por causa do redesenho do varejo e à consolidação da liderança das grandes redes, um número de envasadores vem se concentrando para ganhar escala e sobreviver às crescentes pressões econômicas. Nos Estados Unidos, por exemplo, os quatro maiores envasadores detêm 75% do mercado, no Reino Unido este índice chega a 84% (Tabela 37). Na última década, estima-se que mais de 100 envasadores e engarrafadores não resistiram e venderam seus negócios, diminuindo em 20% a quantidade de clientes potenciais para a indústria brasileira de suco de laranja comercializar sua produção.

Como parte da estratégia de diversificação, os envasadores embalam e distribuem diversas outras bebidas, entre elas sucos de outras frutas, refrigerantes e isotônicos, chás, bebidas lácteas, águas, desta forma aproveitam a infraestrutura existente de manufatura. Esses envasadores dão preferência ao envase de bebidas que apresentam maior giro e melhor margem de lucro, seja em função do menor custo da matéria prima, seja do menor teor de suco ou ainda por alguma alternativa de produto que possibilite vendê-lo a preços mais elevados. Em tempos de margens apertadas, este critério fica ainda mais importante.

O FCOJ a preço de US$700 por tonelada se mostra mais competitivo do que todos os sabores. Já a US$ 1.500 por tonelada, o FCOJ se torna mais caro do que o sabor maçã. A US$ 2.000 por tonelada, ele perde competitividade também para os sabores pera, tangerina e uva branca. Já a US$ 2.500 por tonelada, além desses, o FCOJ perde competitividade para os sabores pêssego, grapefruit, lima, uva vermelha e morango. É o que se observa na Tabela 38, que demonstra a competitividade do suco de laranja a diferentes preços em relação aos demais sucos de frutas a preços de mercado de maio de 2010 da matéria-prima entregue em armazéns em Roterdã, após os impostos de importação terem sido pagos.

TABELA 37: CONCENTRAÇÃO DOS

Principais mercados consumidores do suco de laranja		Consumo por mercado	
		Consumo de toneladas equivalentes a FCOJ 66° Brix	Participação no consumo mundial de suco de laranja
Total países selecionados		2.267	100%
1	ESTADOS UNIDOS	851	38%
2	ALEMANHA	191	8%
3	FRANÇA	165	7%
4	REINO UNIDO	138	6%
5	CANADÁ	105	5%
6	JAPÃO	75	3%
7	RÚSSIA	74	3%
8	CHINA	74	3%
9	ESPANHA	47	2%
10	BRASIL	41	2%
11	MÉXICO	40	2%
12	AUSTRÁLIA	40	2%
13	CORÉIA DO SUL	38	2%
14	POLÔNIA	37	2%
15	HOLANDA	33	1%
16	ITÁLIA	29	1%
17	ÁFRICA DO SUL	27	1%
18	ARABIA SAUDITA	23	1%
19	SUÉCIA	23	1%
20	BÉLGICA	23	1%
21	ÍNDIA	19	1%
22	NORUEGA	17	1%
23	AUSTRIA	17	1%
24	SUÍÇA	14	1%
25	ARGENTINA	13	1%
26	IRLANDA	13	1%
27	UCRÂNIA	12	1%
28	GRÉCIA	11	0%
29	DINAMARCA	11	0%
30	CHILE	11	0%
31	FINLÂNDIA	9	0%
32	NOVA ZELÂNDIA	7	0%
33	ROMÊNIA	7	0%
34	INDONÉSIA	7	0%
35	TAIWAN	6	0%
36	TURQUIA	6	0%
37	ISRAEL	4	0%
38	MARROCOS	4	0%
39	FILIPINAS	3	0%
40	COLÔMBIA	3	0%

Consumo de FCOJ Equivalente a 66o Brix, não inclui suco de laranja utilizado para
Fontes: Elaborado pela Markestrat a partir de TetraPak, IGD e Planet Retail

DISTRIBUIDORES DE SUCO DE LARANJA NOS PRINCIPAIS MERCADOS CONSUMIDORES EM 2009

	Participação acumulada dos quatro principais envasadores de suco de laranja por mercado					
	Participação acumulada	Participação dos quatro maiores envasadores	Ranking por volume comprado			
			1° colocado envasador	2° colocado envasador	3° colocado envasador	4° colocado envasador
	38%	75%	Pepsico	Coca-Cola	Florida's Natural	Dean Foods
	46%	61%	Stute	Eckes	Gerber-Emig	Wesergold
	53%	52%	Pepsico	Leiterie Saint Dennis	Eckes	Refresco
	59%	84%	Gerber-Emig	Princes	Pepsico	Britvic
	64%	81%	Coca-Cola	Pepsico	Lassonde	Joriki
	67%	52%	Kirin	Ehimi	Nippon Milk	Coca-Cola
	71%	96%	Pepsico	Coca-Cola	Winn-Bill-Dann	Nidan
	74%	82%	Huiyuan	Uni-President	Coca-Cola	Ting Hsin
	76%	82%	Garcia Carrion	Refresco	Pascoal	Antonio Munoz
	78%	77%	Coca-Cola	Ambev	Schin	Global
	79%	55%	Coca-Cola	Jumex	Tampico	-
	81%	83%	National Foods	P&N	Heinz	Grove
	83%	91%	Lotte	Woongjin	Coca-Cola	Maeil Dairy
	85%	87%	Sokpol	Maspex	Hortex	Agrosnova
	86%	98%	Refresco	Friesland	Passina	Vitality
	87%	45%	Conserva Italia	San Benedetto	Zuegg	Parmalat
	88%	64%	ShopRite	Pick'n Pay	-	-
	89%	38%	Almarai	Al Othman	Kuwait Danish Dairy	Alrawabi
	90%	90%	Skane	Hellefords	Kivics	Procordia
	91%	70%	Refresco	Sunnyland	Konings	Inex
	92%	70%	Dabur	Pepsico	Coca-Cola	-
	93%	92%	Tine	Nen	Danica	Lerum
	94%	92%	Rauch	Pfanner	Spitz	Pago
	94%	91%	Migros	Coop	Ramseier	Mittelland
	95%	30%	Baggio	Coca-Cola	Litoral Citrus	-
	96%	95%	Mulrines	Batchelors	Obrian	-
	96%	79%	Pepsico	Vitmark	Coca-Cola	Prodential
	97%	99%	Hellenic	Vivartia-Delta	Sparti Hellas	Aspi
	97%	82%	Arla-Rynkeby	Coro	Orana	-
	98%	38%	Emboteladoras	Soprole	Vital	Watts
	98%	90%	Valio	Refresco	Eckes	-
	98%	92%	Frucor	Coca-Cola	Simply Squeeze	Natural Dairy
	99%	69%	Tymbark-Maspex	Coca-Cola	Euro Drinks	QAB
	99%	100%	Coca-Cola	Ultra Jaya	Diamond Foods	Outros
	99%	85%	Ting Hsing	Uni-President	Hey Song	Agv
	99%	46%	Cappy	Dimes	Tamek	Aroma
	100%	100%	Gan Samuel	Gat Foods	-	-
	100%	-	-	-	-	-
	100%	40%	Coca-Cola	Del Monte	Dole	
	100%	40%	Gaseosas	Coca-Cola	Meals	Jugos Sas

produção de carbonatados, cuja quantidade é estimada em 70.000 toneladas anuais de FCOJ

TABELA 38: COMPETIÇÃO DO SUCO DE LARANJA COM OUTROS SABORES DE FRUTAS BASEADO NOS PREÇOS DE MERCADO DE MAIO/2009

Valor Adicional Imposto de Importação	Preço de Mercado US$/ton		Alíquota Imposto de Importação	Brix Pronto para Beber	Brix do Ingrediente		
		2.500	12,2%	11,2	66,0	laranja	€ 0,36
256		2.000	12,2%	11,2	66,0	laranja	€ 0,28
171		1.500	12,2%	11,2	66,0	laranja	€ 0,21
85		700	12,2%	11,2	66,0	laranja	€ 0,10
0		0,0%	11,2	70,0		maçã alta acidez	€ 0,15
255	1.050	1.000	25,5%	11,2	70,0	macã baixa acidez	€ 0,18
0	1.250	1.100	0,0%	11,9	70,0	pera	€ 0,22
0		0.,%	11,2			tangerina	€ 0,25
0	1.025	975	0,0%	15,9	65,0	uva branca EU	€ 0,27
211	1.200	1.100	19,2%	10,0	32,0	pêssego pura EU	€ 0,29
0	2.100	1.900	0,0%	10,0	58,0	grapefruit HR	€ 0,30
0		10,9%				lima 500 GRL	€ 0,32
240	2.100	2.000	12,0%	15,9	58,0	uva vermelha	€ 0,34
0	3.500	3.200	0,0%	7,0	65,0	morango	€ 0,34
0	2.000	1.900	0,0%	12,8	60,0	abacaxi frozen	€ 0,37
173	1.000	900	19,2%	11,2	32,0	damasco puretrans	€ 0,37
0	1.407	0,0%	14,0	65,0		aronia	€ 0,41
0	2.500	1.950	0,0%	13,5	66,0	sourcherry	€ 0,43
0	2.500	2.200	0,0%	10,0	66,0	groselha	€ 0,43
0	3.700	3.300	0,0%	8,8	65,0	amora preta	€ 0,49
0	620	600	0,0%	20,0	22,0	banana pura	€ 0,49
0		0,0%	8,5			goiaba rosa	€ 0,50
0	4.200	3.900	0,0%	10,0	65,0	elderberry	€ 0,66
491	4.800	4.500	10,9%	8,0		limão 500 GPL	€ 0,66
48	1.400	1.250	3,8%	15,0	28,0	manga totapuri	€ 0,67
0	4.200	3.900	0,0%	11,6	65,0	groselha preta	€ 0,71
0	4.200	3.900	0,0%	12,0	66,0	romã	€ 0,76
0	10.500	9.800	0,0%	7,0	65,0	framboesa	€ 1,16
49	1.550	1.300	3,8%	15,0	17,0	manga alphonso	€ 1,18
0	6.500	6.000	0,0%	10,0	65,0	cranberry	€ 1,21
0	12.000	11.000	0,0%	10,0	65,0	mirtillo - blueberry	€ 1,92
0	8.500	8.000	0,0%	13,5	52,0	maracujá cloudy	€ 1,96

0 0,2 0,4 0,6 0,8 1,0 1,2 1,4 1,6 1,8 2,0

Fontes: Elaborado pela Markestrat a partir de CitrusBR e Dhöler.

40. Concentração na indústria brasileira de suco de laranja

Assim como em diversos setores da economia mundial, a indústria citrícola vem se consolidando ao longo do tempo. A concentração é vista também em outros setores do agronegócio brasileiro como nas carnes bovina e suína, papel e celulose, cana-de-açúcar, frango, entre outros. Essa tendência também ocorre nos setores bancário, automotivo, de mineração e varejo entre outros.

A consolidação dos processadores se justifica pela busca dos ganhos de eficiência gerados pela economia de escala, como, por exemplo, diluição dos custos fixos, possibilidade de montagem de sistema eficiente de armazenagem e transporte marítimo à granel e acesso ao capital a taxas competitivas. Porém, a concentração dos processadores não ocorre sozinha, basta olhar

os elos antes e depois da indústria de suco. A concentração dos varejistas é demasiadamente expressiva. Na Alemanha, por exemplo, os cinco maiores varejistas controlam 80% das vendas de bebidas não alcoólicas. Por sua vez, os envasadores de suco, que são os clientes diretos do suco de laranja exportado pelo Brasil, seguem na mesma direção. Hoje, apenas 35 envasadores compram 80% da produção mundial de suco de laranja, sendo os outros 20% comprado por cerca de 565 envasadores.

Ainda na mesma tendência, e buscando ganhos de eficiência advindos de uma escala maior, os produtores vêm se consolidando rapidamente, 2% deles já possuem 55% das árvores do cinturão citrícola.

Mensagem final

Antes das palavras finais deste estudo, gostaria de convidar a comunidade citrícola, mesmo com nossas dificuldades de idioma, a viajar para a Argentina e percorrer a letra desta composição de Leon Gieco, que para nós ficou conhecida na voz da saudosa Mercedes Sosa.

"Sólo le pido a Dios
que el dolor no me sea indiferente,
que la reseca muerte no me encuentre
vacio y solo sin haber hecho lo suficiente.

Sólo le pido a Dios
que lo injusto no me sea indiferente,
que no me abofeteen la otra mejilla
después que una garra me arañó esta suerte.

Sólo le pido a Dios
que la guerra no me sea indiferente,
es un monstruo grande y pisa fuerte
toda la pobre inocencia de la gente.

Sólo le pido a Dios
que el engaño no me sea indiferente
si un traidor puede más que unos cuantos,
que esos cuantos no lo olviden fácilmente.

Sólo le pido a Dios
que el futuro no me sea indiferente,
desahuciado está el que tiene que marchar
a vivir una cultura diferente.

Sólo le pido a Dios
que la guerra no me sea indiferente,
es un monstruo grande y pisa fuerte
toda la pobre inocencia de la gente.

(Leon Gieco)

A curiosidade agora é o porquê desta letra no final deste estudo. Parece algo que não tem nada a ver. Tento explicar. No mundo e no país em que hoje vivemos, eu tenho a grata oportunidade de falar e discutir com muita gente de diferentes gerações, seja em palestras, aulas, eventos, seja também no contato intimo com jovens de 20 anos, alunos de administração de empresas da USP, com quem passo a maior parte do meu tempo. É uma nova geração, é o novo público-alvo do agronegócio. Esta geração não sabe o que é inflação, fita cassete, disquete, militares, não viu Ayrton Senna nem Bebeto e Romário trazerem a Copa de 1994, entre outras coisas. É a primeira que, para mim, é muito diferente.

Nestas andanças por aí, com todos estes diferentes públicos, o que mais me preocupa hoje, que caracterizo como o pior problema da sociedade, é a indiferença. Estão todos muito indiferentes a tudo. As coisas vão acontecendo e as pessoas, na sua acomodação, vão deixando tudo acontecer. Não se movem, não tentam fazer a diferença. Esta letra de Leon Gieco é toda dedicada ao combate à indiferença. Convido-o a ler outra vez a letra.

Começamos em outubro de 2009 a discutir com o pessoal da citricultura, que naquele momento trazia uma nova organização setorial da indústria, até então fortemente desarticulada para os desafios que se colocam às cadeias produtivas do agronegócio brasileiro. Existia muita desconfiança. Eu era um ferrenho crítico da desarticulação da citricultura, em entrevistas, palestras e aulas. E em artigos na *Folha*, *Estado* e *Valor*, facilmente acessíveis.

Nossas conversas eram para atualizar o estudo de 2003 do mapeamento e quantificação da cadeia produtiva dos citros. Mais um estudo nosso de mapeamento e planejamento de cadeias produtivas. Mantenho sempre com aquela visão científica de gente ligada à Universidade de São Paulo, de pesquisar, reunir dados, fazer análises e trazer propostas. Mais do que isto, publicar artigos, livros e outras formas de divulgação, cumprindo com o papel básico da universidade, que é fazer pesquisa e divulgar resultados promovendo a melhora do nosso ambiente competitivo e formando jovens talentos.

O estudo começou morno. Associados da CitrusBR tinham diferentes visões do que queriam, do que era para ser feito. Levantamos os dados tradicionais de insumos, de empresas facilitadoras, prestadores de serviços, da agricultura e os básicos da indústria. No início eram e-mails sem resposta e era difícil marcar entrevistas e visita nas indústrias.

Para nossa surpresa, as reuniões com as quatro empresas foram ganhando corpo. O pessoal passou a gostar e aderiu. Repetindo as palavras de um dos sócios.. "Professor, nós decidimos dar tração no seu estudo". Nunca me esqueço. Foram mais participações, mais presença dos técnicos, mais informações iam chegando. Outras empresas da cadeia produtiva abraçaram a causa e resolveram contar mais coisas, como foi o caso da TetraPak, só para citar uma. O que era para terminar em fevereiro de 2010 passou para outubro de 2010. E haja tração...

No fim, fico feliz, pois o nosso estudo acabou sendo o catalisador para que a indústria citrícola, tão criticada por ser uma caixa fechada, passasse a ganhar confiança sobre a necessidade de divulgar suas informações, de forma agregada. Contratou-se uma auditoria internacional que teve acesso aos dados individuais e os consolidou sigilosamente. Nós também preferimos esta solução com estes dados sensíveis. Estão todos aí divulgados e analisados.

Pareceu-me ter sido rompida a indiferença. O leitor viu a quantidade de informações e análises que fizemos. Foi mostrado um mundo que nós nunca vimos. O mundo europeu, o mundo americano e o mundo de dentro da fábrica, entre outros. Saíamos de diversas reuniões em São Paulo, Matão, Indiantown, Modena, Nice, entre outros locais, literalmente cansados com o volume de informações e dados. Sempre ficava a dúvida entre os pesquisadores. Será que eles não vão cortar isto no final do estudo? Não cortaram.

A agenda futura para o setor é complexa e conhecida. Trazemos aqui algumas das opiniões discutidas nestes dois meses.

- Fortalecer as associações com representação para enriquecer o debate em prol da união dos elos da cadeia produtiva;
- Formar uma associação nos moldes da Orplana (do Consecana), que represente as atuais organizações de citricultores;
- Construir soluções técnicas confiáveis para o pagamento da laranja por "sólidos solúveis";
- Disseminar as melhores práticas de manejo agrícola visando ao aumento da produtividade e competitividade da cadeia;
- Instituir convênios com universidades do agronegócio, com o objetivo de criar excelentes bancos de dados técnicos e econômicos;
- Divulgar com maior transparência informações relevantes ao setor;
- Promover campanhas para o crescimento do consumo brasileiro de laranja e suco de laranja;
- Buscar incessantemente a redução das tarifas alfandegárias nos mercados importadores do suco brasileiro;
- Agir junto às instituições governamentais com objetivo de obtenção de fundos para apoio à citricultura...

As mudanças em toda a cadeia produtiva têm uma mesma origem: o entendimento de que o consumidor final não quer e não irá mais pagar pelas ineficiências na cadeia de suprimentos. A exigência desta nova era vem impondo desafios que não serão solucionados sob o pressuposto de um sistema isolado e estático. Somente a coordenação da cadeia como um todo e a busca incessante pela eficiência e o baixo custo poderão impulsionar o desempenho de todos os elos que a compõem.

A citricultura, antes tão criticada por nós pela sua falta de coordenação, de articulação, dá no meu entender a volta por cima, rompe a indiferença e coloca as discussões em novo patamar. Que seja um primeiro passo para uma construção conjunta de uma nova fase nesta cadeia produtiva, caracterizada por relações mais harmônicas, transparência, trabalhos integrados, compartilhamento de ativos, combate a custos de produção e outras ameaças, para que seus profissionais possam focar a atenção nos seus problemas mais sérios, que são a queda de consumo do suco e as mudanças dos hábitos dos consumidores. Estes são os problemas principais. Temos que resolver logo os outros, pois aí que deve estar nossa atenção para que a citricultura possa trazer a São Paulo e ao Brasil outros US$ 60 bilhões a US$ 100 bilhões nos próximos 50 anos.

Nós mais uma vez cumprimos nosso papel de educadores. Ao todo, quase dez jovens graduandos e pós-graduandos da USP e um da UNESP participaram desta pesquisa, receberam bolsas e terão trabalhos científicos, dissertações e teses. Não vou nominar aqui todos os pesquisadores, mas queria destacar no doutorando Vinicius Trombin um papel fundamental. Estes jovens tomaram gosto pela pesquisa, e continuarão nossos trabalhos no futuro, tal como eu, que no terceiro ano de Engenharia Agronômica da ESALQ (no já distante 1989) fui convidado a participar de uma pesquisa semelhante a esta pelo professor Evaristo Marzabal Neves e resolvi continuar. Parabéns aos quatro associados e a CitrusBR por terem proporcionado e financiado este estudo que hoje é mais um patrimônio do conhecimento brasileiro. Nosso agradecimento, em especial ao Christian, seu Presidente.

Gostaríamos também de agradecer diversas pessoas e organizações que foram de fundamental importância para este estudo.

a) Todas as empresas privadas entrevistadas, de insumos, packing houses, envasadores, prestadores de serviços, produtores, agentes financeiros, entre outros, que, com a generosidade em oferecer seus dados, possibilitaram chegar a um trabalho bem completo.

b) Também agradecemos a personalidades do setor, como o doutor Antonio Ambrosio Amaro, uma verdadeira enciclopédia da citricultura, sempre disposto a passar os dados e informações e cooperar com nossas pesquisas.

c) Aos amigos do Grupo de Consultores em Citros (GCONCI) sempre disponiveis e há 14 anos prestando serviços de extrema relevância a citricultura

d) Aos amigos do Grupo Técnico de Assistência e Consultoria em Citrus (GTACC) também sempre colaborativos,

e) Ao pessoal do Centro APTA Sylvio Moreira, representando aqui todas as organizações de pesquisa do setor.

f) A Margarete Boteon e ao pessoal do CEPEA, todos têm desempenhado papel fundamental no acompanhamento de preços e custos.

g) Ao Mauricio Mendes e à AGRA FNP também pela constante cooperação.

Sem estes profissionais e muitos outros não citados aqui, nao seria possível ter concluído esta pesquisa.

Ao trabalho cadeia produtiva citrícola. O Brasil espera por seus dólares.

Marcos Fava Neves
Professor Titular de Planejamento na Universidade de São Paulo
Chefe do Departamento de Administração da FEA/USP, Campus de Ribeirão Preto.

Markestrat

A Markestrat, Centro de Pesquisa e Projetos em Marketing e Estratégia, é uma organização fundada por doutores e Mestres em Administração de Empresas, formados pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FEA) da Universidade de São Paulo (USP). O grupo foi fundado em 2004 pelo professor Marcos Fava Neves visando desenvolver estudos e projetos em Marketing e Estratégia em diversos setores da economia. A Markestrat tem seu enfoque na análise, no planejamento e na implementação de estratégias para empresas orientadas ao mercado com foco em redes produtivas (networks).

A rede de relacionamento global do Centro de Pesquisa e Projetos é composta por profissionais, empresas, universidades e centros de pesquisa e projetos afins e oferecer seus serviços direcionados a estudo e pesquisas, educação continuada e projetos e extensão.

O papel que a Markestrat procura exercer na sociedade é o de "desenvolver e aplicar conhecimento sobre planejamento e gestão de estratégia e marketing em redes produtivas, visando aumentar a competitividade das empresas, por meio da interação entre pesquisa, ensino e extensão".

A metodologia de trabalho da Markestrat fundamenta-se na análise sistêmica de negócios, focalizando especialmente as interfaces e redes criadas entre os diversos setores. A metodologia é complementada ainda por dois princípios: a análise das questões que circunscrevem o processo decisório das organizações e a preocupação em aproximar o conhecimento existente à realidade e necessidade do mercado.

Conheça a história dos autores desta pesquisa

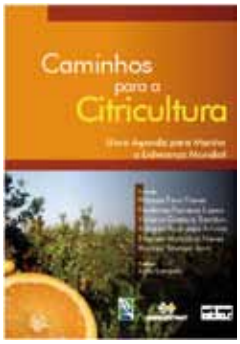
A história dos autores com a citricultura é de longa data. Aqui estão pontuados alguns dos eventos mais importantes nesta trajetória.

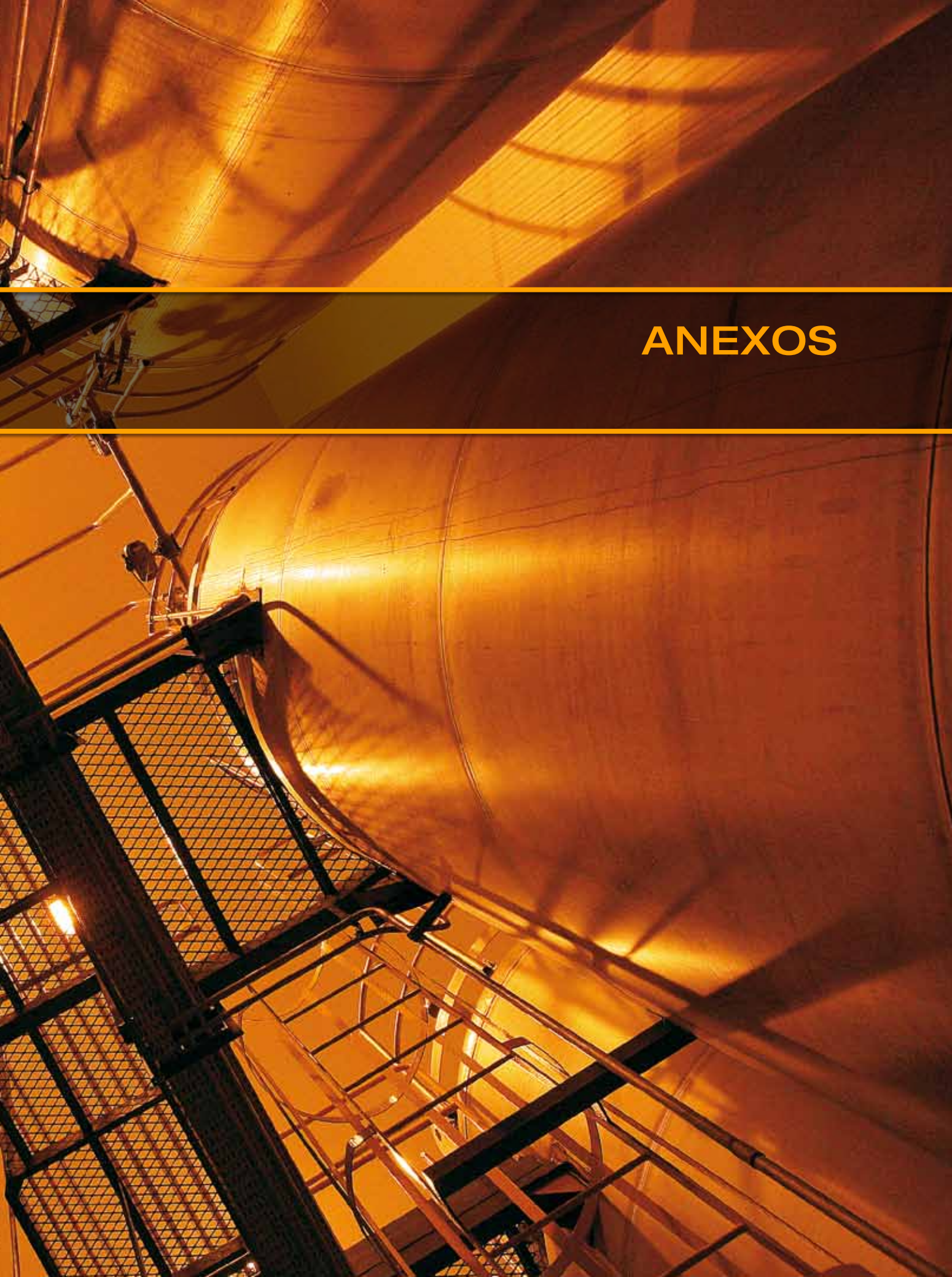
Começamos no ano de 1989 quando Marcos Fava Neves, atualmente professor da Universidade de São Paulo, iniciou seus trabalhos de economia citrícola como estagiário do professor Evaristo Marzabal Neves no Departamento de Economia da ESALQ. Em 1995, Marcos apresenta o seu mestrado na Universidade de São Paulo versando sobre a economia dos custos de transação e contratos na citricultura. Depois, em 2005, ele próprio orientou a dissertação de mestrado de Frederico Fonseca Lopes sobre o mapeamento da cadeia produtiva da laranja, trabalho que deu origem ao livro *Estratégias para a Laranja no Brasil*, publicado pela editora Atlas em 2005 com 2.406 exemplares vendidos. Em 2007, Vinícius Gustavo Trombin apresentou seu mestrado, também na

Universidade de São Paulo, discorrendo sobre uma longa pesquisa, apoiada pela Codevasf, que analisou a viabilidade de transplantar parte da citricultura paulista para o polo irrigado Petrolina-Juazeiro, no Nordeste brasileiro. Nesse mesmo ano, mais uma obra foi publicada pela editora Atlas com o título de *Caminhos da Citricultura*, com mais de 2.000 exemplares vendidos, retratando um diagnóstico profundo do setor e alternativas para o seu desenvolvimento. Esta última obra foi feita com a participação dos ilustres autores Antonio Ambrosio Amaro, Evaristo Marzabal Neves e Marcos Sawaya Jank.

Estas teses e livros são os instrumentos que os autores utilizam para disseminar o conhecimento sobre a citricultura e deixá-lo para a posteridade. No entanto, não são os únicos meios. Nesta jornada com a citricultura, eles fizeram diversas palestras, seja na consagrada semana da citricultura em Cordeirópolis seja em seminários regionais onde a laranja tem ganhado força, como na Bahia, em Sergipe e no Sul do país. Desta forma levam informação, muitas vezes inéditas, para os diversos agentes do setor. É também desta forma que, ao estudar o setor, aprendem com aqueles que há mais tempo se dedicam à busca de uma citricultura mais forte.

Este Sumário Executivo é uma nova obra destes autores, que agora compartilham a autoria com outros jovens iniciantes na citricultura. Para que a história não pare por aqui, este trabalho ainda será publicado em uma versão mais completa por uma grande editora do país. É assim que a história da laranja vai sendo contada, de uma forma completa e transparente. Que bom seria se outros setores da economia brasileira tivessem algo parecido. Parabéns à citricultura!





ANEXOS

MÉDIA DAS COTAÇÕES DO SUCO DE

SAFRA	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN	FEV	MAR
	US$ POR LIBRA PESO DE SOLIDO								
1967/68	37.76	36.01	36.78	43.59	52.88	58.83	55.25	51.22	53.38
1968/69	48.15	56.88	62.68	68.41	59.02	54.42	65.10	65.61	58.67
1969/70	49.25	46.37	45.78	45.46	42.50	41.87	50.05	42.23	36.85
1970/71	37.16	37.80	36.83	35.14	35.18	36.54	36.86	44.58	46.96
1971/72	60.60	60.17	57.31	62.03	65.18	61.42	57.92	56.30	53.13
1972/73	53.82	54.37	53.03	48.10	48.25	46.48	43.77	43.32	44.06
1973/74	47.38	48.52	48.85	53.20		56.11	52.51	51.54	47.15
1974/75	50.10	51.75	52.89	53.30	55.13	53.11	48.45	47.51	48.43
1975´76	56.17	59.33	61.76	61.69	62.00	59.67	59.24	62.20	61.60
1976/77	53.54	50.38	49.74	48.54	47.50	43.52	48.64	72.12	77.77
1977/78	104.22	116.41	121.38	125.41	128.59	110.63	108.50	121.03	119.01
1978/79	122.53	123.22	119.36	121.66	119.89	114.10	118.57	113.06	103.79
1979/80	100.46	106.97	107.47	106.23	101.20	97.35	91.25	85.43	95.31
1980/81	87.75	91.71	97.40	94.10	89.94	82.94	104.25	137.13	135.59
1981/82	126.79	126.32	127.42	121.20	120.74	122.75	138.29	133.39	120.02
1982/83	124.93	129.31	127.22	125.06	125.21	123.95	111.56	107.57	113.41
1983/84	118.61	118.70	120.83	123.89	128.57	126.26	149.66	161.28	168.30
1984/85	171.39	171.99	177.63	169.99	167.10	161.96	166.13	170.16	163.71
1985/86	136.98	134.08	135.13	121.03	113.47	116.02	96.89	86.75	88.33
1986/87	103.03	101.49	103.62	112.01	121.71	126.84	122.24	123.41	132.68
1987/88	129.32	129.51	134.64	142.53	163.10	167.65	169.99	168.05	166.37
1988/89	190.06	193.35	184.98	185.24	177.91	164.20	148.08	138.39	149.22
1989/90	166.48	158.86	148.29	133.07	128.97	135.61	191.30	197.74	192.27
1990/91	183.34	172.24	144.56	123.08	112.72	108.43	118.19	117.07	115.64
1991/92	118.65	118.09	120.64	151.01	168.77	160.40	149.59	141.87	143.36
1992/93	121.78	112.92	114.27	101.12	95.52	94.56	78.91	69.11	78.46
1993/94	119.03	118.71	122.53	119.39	104.81	105.97	108.47	105.83	109.50
1994/95	89.99	94.12	90.25	100.12	108.99	111.21	103.33	102.68	100.98
1995/96	97.82	105.00	111.61	115.96	123.27	120.90	117.93	124.16	132.78
1996/97	116.40	117.20	110.14	111.50	101.59	88.70	83.56	80.36	82.98
1997/98	74.86	72.21	69.99	69.82	78.02	84.11	90.98	97.67	105.94
1998/99	104.01	110.18	108.18	115.24	117.72	108.57	99.66	93.00	83.48
1999/00	80.16	92.55	92.97	88.52	94.85	93.19	84.37	84.66	84.82
2000/01	79.65	74.07	71.42	70.03	73.99	80.42	76.01	75.69	74.80
2001/02	81.36	77.68	80.81	85.26	93.76	91.67	89.41	89.64	92.68
2002/03	95.42	100.93	100.30	95.14	100.53	97.36	92.04	87.08	84.68
2003/04	81.31	78.66	77.17	70.77	70.11	67.01	62.95	60.97	61.21
2004/05	66.74	67.27	79.99	82.49	74.99	83.46	82.11	85.02	94.84
2005/06	99.88	91.59	95.72	108.03	119.95	125.06	123.07	130.18	139.94
2006/07	163.04	177.49	174.78	184.62	197.72	201.23	200.33	195.62	199.98
2007/08	133.10	129.60	125.06	142.53	136.43	144.36	136.92	128.23	118.80
2008/09	121.63	103.60	94.76	81.41	79.81	73.82	74.40	69.25	73.72
2009/10	93.66	97.76	93.61	107.96	113.27	128.83	137.47	137.38	146.30

Fontes: Anuários Estatísticos da Cacex, Banco do Brasil e Siscomex

LARANJA NA BOLSA DE NOVA YORK

ABR	MAI	JUN	MÉDIA SAFRA	DEDUÇÃO DO IMPOSTO DE IMPORTAÇÃO AMERICANO	MÉDIA DA BOLSA NA SAFRA DEDUZIDO IMPOSTO DE IMPORTAÇÃO	EQUIVALÊNCIA DO PREÇO DO SUCO DE LARANJA DEDUZIDO IMPOSTO DE IMPORTAÇÃO
				US$ POR LIBRA PESO DE SÓLIDO	US$ POR LIBRA PESO DE SÓLIDO	US$ POR TON 66° BRIX
55.30	55.31	49.40	48.81	-34.01	14.80	$ 215
55.78	51.77	51.12	58.13	-34.01	24.12	$ 351
39.50	38.35	35.01	42.77	-34.01	8.76	$ 127
52.12	58.46	63.35	43.42	-34.01	9.40	$ 137
49.68	53.40	52.63	57.48	-34.01	23.47	$ 342
43.07	43.62	43.81	47.14	-34.01	13.13	$ 191
47.34	47.93	48.81	49.94	-34.01	15.93	$ 232
48.09	51.35	52.91	51.09	-34.01	17.08	$ 248
60.15	58.50	55.07	59.78	-34.01	25.77	$ 375
79.48	83.69	96.48	62.62	-34.01	28.61	$ 416
117.11	112.12	118.09	116.88	-34.01	82.87	$ 1.206
106.21	103.13	97.44	113.58	-34.01	79.57	$ 1.158
89.13	88.75	86.65	96.35	-34.01	62.34	$ 907
143.35	140.25	134.25	111.56	-34.01	77.55	$ 1.128
115.15	117.14	116.05	123.77	-34.01	89.76	$ 1.306
114.37	116.62	117.01	119.69	-34.01	85.68	$ 1.247
179.80	184.26	178.17	146.53	-34.01	112.52	$ 1.637
157.46	151.54	142.57	164.30	-34.01	130.29	$ 1.896
93.13	97.89	101.06	110.06	-34.01	76.05	$ 1.107
133.52	133.58	132.62	120.56	-34.01	86.55	$ 1.259
170.20	169.36	176.80	157.29	-34.01	123.28	$ 1.794
171.90	186.42	180.65	172.53	-34.01	138.52	$ 2.016
196.04	194.95	186.45	169.17	-34.03	135.14	$ 1.966
115.07	119.10	116.31	128.81	-34.04	94.77	$ 1.379
136.06	135.67	129.04	139.43	-34.04	105.39	$ 1.533
90.65	102.46	112.91	97.72	-34.04	63.68	$ 927
102.21	96.50	92.44	108.78	-34.04	74.74	$ 1.088
107.01	104.65	100.90	101.19	-33.62	67.57	$ 983
132.07	123.23	122.17	118.91	-32.75	86.16	$ 1.254
75.13	78.64	75.95	93.51	-31.89	61.63	$ 897
97.07	109.96	103.73	87.86	-31.04	56.82	$ 827
84.47	85.42	89.23	99.93	-30.18	69.76	$ 1.015
82.49	81.77	84.44	87.07	-29.31	57.76	$ 840
74.25	78.33	77.02	75.47	-28.89	46.58	$ 678
89.61	91.17	91.40	87.87	-28.89	58.98	$ 858
85.49	85.74	85.30	92.50	-28.89	63.61	$ 926
59.45	56.11	57.66	66.95	-28.89	38.06	$ 554
95.29	93.71	96.24	83.51	-28.89	54.62	$ 795
144.84	155.09	158.23	124.30	-28.89	95.41	$ 1.388
171.73	165.03	138.36	180.83	-28.89	151.94	$ 2.211
115.73	112.30	112.00	127.92	-28.89	99.03	$ 1.441
80.55	90.74	81.95	85.47	-28.89	56.58	$ 823
133.12	140.29	141.05	122.56	-28.89	93.67	$ 1.363

TABELA DE CONVERSÕES

1 hectare	=	10.000 m²
1 acre	=	0,40469 hectares
1 caixa de 90 lb	=	40,8 kg
1 libra peso	=	0,453593 kg
1 galão	=	3,785 litros
1 tonelada 66° Brix	=	5.295.5 litros de suco pronto para beber

CONVERSÕES MÉTRICAS

1 caixa de laranja de 40,8 kg	=	90 libras de fruta
1 tonelada métrica	=	2.204,60 libras
1 libra	=	0,454 kg
1 kg	=	2,2046 libras
1 galão	=	3,785 litros
1 litro	=	0,2641 galões
1 hectare	=	2,47 acres
1 acre	=	0,405 hectares

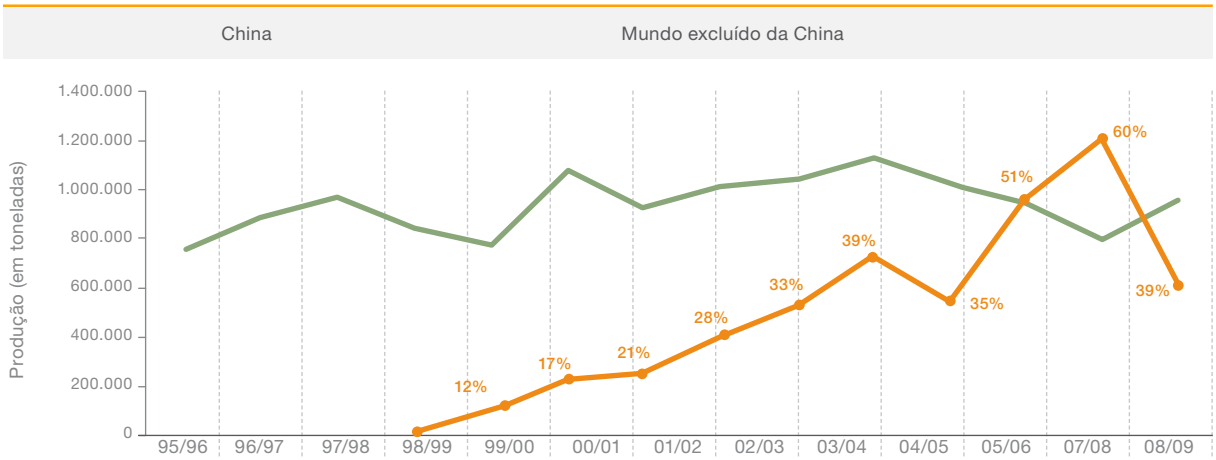
CONTEÚDO DE SÓLIDOS SOLÚVEIS EM 1 TONELADA MÉTRICA DE FCOJ

1 ton. de FCOJ a 65,0° Brix	=	1.433 libras de sólidos
1 ton. de FCOJ a 66,0° Brix	=	1.455 libras de sólidos
1 ton. de FCOJ a 67,0° Brix	=	1.477 libras de sólidos

VOLUME OCUPADO POR 1 TONELADA DE FCOJ

FAIXAS DE BRIX	GALÕES	LITROS
65,0° Brix	204	772
66,0° Brix	200	757
42,0° Brix	350	1.326
11,8° Brix	1.414	5.354

PRODUÇÃO DE SUCO DE MAÇÃ NO MUNDO



Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de dados do Cepea

GLOSSÁRIO

BACEN:	Banco Central do Brasil.
BRIC:	Termo inventado por Jim O'Neal, economista do Goldman & Sachs, para definir os países emergentes: Brasil, Rússia, Índia e China.
Brix:	Brix (símbolo °Bx) é uma escala numérica que mede a quantidade de sólidos solúveis em uma solução de sacarose. A escala Brix é utilizada na indústria de alimentos para medir a quantidade aproximada de açúcares em sucos de fruta.
Capex:	Sigla da expressão inglesa Capital expenditure (em português, despesas de capital ou investimento em bens de capital) e que designa o montante de dinheiro dispendido na aquisição (ou introdução de melhorias) de bens de capital de uma determinada empresa.
CEPEA:	Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada ESALQ/USP.
CitrusBr:	Associação Nacional dos Exportadores de Sucos Cítricos.
COFINS:	A Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS) é uma contribuição federal, de natureza tributária, incidente sobre a receita bruta das empresas em geral, destinada a financiar a seguridade social.
Commodity:	É um termo da língua inglesa que significa mercadoria, utilizado nas transações comerciais de produtos de origem primária nas bolsas de mercadorias. Plural: commodities.
CPR:	Cédula de Produto Rural: É um título cambial e declaratório que permite ao produtor receber crédito tendo a produção como garantia.
DR:	Duplicata Rural: Título representativo de crédito por vendas a prazo efetuadas por produtor ou cooperativa rural.
EGF:	Empréstimos do Governo Federal. É uma linha de crédito para financiar a estocagem de produtos agrícolas pela Política de Garantia de Preços Mínimos (PGPM) para venda futura em melhores condições de mercado.
EPI:	Equipamento de Proteção Individual.
FAO:	Do inglês Food and Agriculture Organization (Organização para alimentação e agricultura das Nações Unidas).
FCOJ:	Do inglês Frozen Concentrate Orange Juice (Suco de laranja concentrado e congelado).
FDOC:	Florida Department of Citrus (Departamento de Citros da Flórida).
IBGE:	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
ICE:	Intercontinental Commodity Exchange.
ICMS:	O Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS) é um imposto estadual.
IEA:	Instituto de Economia Agrícola da Secretaria de Agricultura do Estado de São Paulo.
INPC:	Índice Nacional de Preços ao Consumidor.
IPC:	Índice de Preços ao Consumidor.
IPI:	O Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) é um imposto federal.
Mercado Físico:	Mercado no qual as transações de compra e venda do ativo/objeto físico são feitas sob termos aceitos pelo comprador e pelo vendedor.
Mercado Futuro:	Mercado em que são realizadas operações envolvendo lotes padronizados de commodities ou ativos financeiros, para liquidação em datas prefixadas.
Mercado Spot:	Mercado físico à vista.
NFC:	Do inglês Not From Concentrate (suco de laranja não concentrado).
NPR:	Nota Promissória Rural.
NR 31:	Norma Reguladora 31, relativa à segurança e à saúde no trabalho na agricultura, pecuária, silvicultura, exploração florestal e aquicultura.
Opções:	Contratos que envolvem o estabelecimento de direitos e obrigações sobre determinados títulos, com prazos e condições preestabelecidas.
Operação de hedge:	Proteção contra variação de preços por meio de compra ou venda de contratos futuros ou opções.
Packing House:	Barracão de beneficiamento de frutas.
PIB:	Produto Interno Bruto: representa a soma (em valores monetários) de todos os bens e serviços finais produzidos numa determinada região.
PIS:	Programa de Integração Social: é uma contribuição social de natureza tributária, paga pelas pessoas jurídicas, com objetivo de financiar o pagamento do seguro-desemprego e do abono para os trabalhadores que ganham até dois salários mínimos.
Players:	Operadores de mercado.
Pools:	Grupo de produtores que se unem para negociar a produção em conjunto.
SECEX / MDC:	Secretaria de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.
Tank Farm:	Tanque de armazenagem de suco a granel.
USDA:	Do inglês United States Department of Agriculture (Departamento de Agricultura dos Estados Unidos da América).

O coordenador da pesquisa:
Marcos Fava Neves

Engenheiro Agrônomo formado pela ESALQ/USP em 1991, Mestre em Administração (Estratégias de Arrendamento Industrial, FEA/USP, 1995) e Doutor em Administração (Planejamento de Canais de Distribuição, FEA/USP, 1999). Pós-Graduado em Agribusiness & Marketing Europeu na França (1995) e em Canais (Networks) de Distribuição na Holanda (1998/1999). Livre-Docente (Planejamento e Gestão Estratégica Dirigido pela Demanda (2004). Coordenador do PENSA – Programa de Agronegócios da USP (planejamento estratégico para empresas e sistemas produtivos de 2005 a 2007) e criador do Markestrat (Centro de Pesquisas e Projetos em Marketing e Estratégia), realizando 70 projetos e 300 palestras no Brasil. É autor/coautor e organizador de 25 livros no Brasil, Argentina, Estados Unidos, África do Sul, Uruguai e União Europeia. Sua obra caracteriza-se pela proposta de métodos (frameworks) para solução de problemas empresariais e de cadeias produtivas e pela inserção internacional. Esteve em mais de 60 congressos no Exterior e realizou mais de 120 palestras internacionais. Tem 70 artigos publicados em periódicos internacionais e anais de reuniões científicas, e 45 artigos publicados em revistas indexadas no Brasil. Participou de mais de 150 bancas no Brasil e orientou 20 trabalhos de mestrado e doutorado na USP. É especializado em planejamento e gestão estratégica. Articulista do jornal China Daily, de Pequim, China, e da *Folha de São Paulo*, escreveu também dois casos para a Universidade de Harvard em 2009 2010.

É autor/coautor e organizador de 25 livros:

Pela Editora Routledge (USA):
"Marketing Methods to Improve Company Strategy" (2010)
"Demand Driven Strategic Planning" (no prelo, 2011)

Pela Editora Monteverde (Uruguai):
"El Futuro de Los Alimentos y Uruguay" (2010)

Pela Editora da Africa do Sul:
"The Future of Food: Messages to South Africa" (2010)

Pela Editora da Universidade de Buenos Aires (Argentina):
"Agronegócios en Argentina y Brasil" (2007)

Pela Editora Atlas (Brasil):
"Agricultura Integrada" (2010)
"Estratégias para a Cana no Brasil" (2010)
"Planejamento Estratégico de Eventos" (2008)
"Revenda Competitiva no Agronegócio" (2008)
"Agronegócios e Desenvolvimento Sustentável" (2007)
"Caminhos para a Citricultura" (2007)
"Estratégias para o Leite no Brasil" (2006)
"Estratégias para a Laranja no Brasil" (2005)
"Planejamento e Gestão Estratégica de Marketing" (2005)
"Administração de Vendas" (2005)
"Estratégias para o Trigo no Brasil" (2004)
"Marketing e Estratégia em Agronegócios e Alimentos" (2002)
"Marketing & Exportação", (2001)
"Marketing na Nova Economia"; (2001)

Pela Editora Makron Books (Brasil):
"Planejamento de Vendas" (2007)

Pela Editora Saraiva (Brasil):
"Agronegócio do Brasil" (2005)

Pela Editora Thomson Learning (Pioneira, Brasil):
"Economia e Gestão de Negócios Agroalimentares" (2000)
"Alimentos, Novos Tempos e Conceitos na Gestão de Negócios"; (2000)
"Estudos de Caso em Agribusiness" (1998)
"Agribusiness Europeu" (1996)

Pelo Editora do SEBRAE – SP (Brasil)
"Planejamento e Gestão Estratégica do Sistema Agroindustrial do Leite" (2008)

Principais projetos

- Projeto de Análise de Atratividade para 10 Arranjos Produtivos Locais de MG, para o Sebrae MG, em 2010
- Projeto de Mapeamento da Cadeia de Laranja para a CitrusBR em 2010
- Plano Estratégico para a Fruticultura Brasileira, para o IBRAF/APEX em 2010
- Plano Estratégico para o Brazilian Cattle, pela ABCZ/APEX em 2010
- Planejamento para o Setor Lácteo no Uruguai (INIA – CRI Lechero) em 2010
- Projeto de Mapeamento da Cadeia da Cana de Açúcar para a UNICA em 2009
- Análise dos Investimentos Internacionais na Cadeia da Cana-de-Açúcar, para a UNCTAD/ONU em 2009
- Projeto Q-Pork Chains (Cadeias Produtivas Transnacionais de Suínos), da União Europeia (2006-2010)
- Planejamento para a Renk Zanini e outras empresas da família Biagi em 2008
- Análise da Cadeia de Suprimentos para o Grupo Zilor (Zillo Lorenzetti) em 2008
- Análise da Cadeia Citricola Brasileira para a FAO/ONU em 2007
- Projeto de Nova Remuneração para o Fundecitrus, em 2007
- Projeto de Planejamento para a Mesa do Trigo no Uruguai em 2007
- Planejamento e Gestão Estratégica para a Cadeia do Leite em São Paulo, para o Sebrae - 2007
- Plano Estratégico para a Cadeia da Laranja no Brasil em 2007
- Planejamento para implantação de 10 negócios no Vale do São Francisco, contratado pela Codevasf, 2007-2008
- Visão Estratégica para o grupo Branco Peres Açúcar e Álcool, em 2007
- Análise de cenários para o Grupo açucareiro Zillo Lorenzetti em 2005
- Planejamento para Canais de Distribuição da Basf, em 2004-2007
- Planejamento para implantação da citricultura no polo Petrolina Juazeiro - 2006
- Planejamento e Gestão Estratégica para a Organização Laranja Brasil em 2003
- Planejamento e Gestão Estratégica para a Cadeia do Trigo no Brasil em 2003
- Planejamento e Gestão Estratégica para a Lagoa da Serra de 1999 a 2006
- Planejamento e Gestão Estratégica para a Netafim do Brasil de 2001 a 2004
- Planejamento e Gestão Estratégica para a Wolf Seeds/Naterra em 2004/05
- Projeto de joint venture para a Tigre em 2004;
- Planejamento de Canais de Distribuição para a Orsa Embalagens em 2002
- Análise de captura de valor na cadeia soja para a Monsanto em 1998
- Projeto de criação/planejamento estratégico da Crystalsev, (sucro-alcooleiro) em 1997.
- Projetos também para as seguintes empresas: Vallée (produtos veterinários), Supermercados Big/Real (Varejo), Arby's (food service), Sanavita (alimentos funcionais), Boehringer (produtos veterinários), Illycafé (café expresso – multinacional italiana), Fri-Ribe (alimentação animal), J. Mâcedo Alimentos (Dona Benta), Nestlé (alimentos), Elanco (saúde animal).
- Projeto e Coordenação de 14 turmas do MBA Marketing da Fundace desde 2000 (classificado pela revista *Você S.A.* como o melhor do Brasil em 2003).
- Projeto e Coordenação de 19 turmas do MBA aberto e in company em Agronegócios da Fundace
- Coordenador de Projetos da Fundace desde 1996 e Presidente do Conselho Curador de 2005 a 2007
- Participou no projeto Global Food Network, para estabelecimento de cadeias transnacionais Mercosul/ União Europeia, da União Europeia (2002-2005).
- Teve projetos financiados pela ONU, FAO, UNCTAD e foi bolsista da Fapesp, CAPES, CNPq e USP desde 1989

Coordenação editorial
Ibiapaba Netto
Prole Gestão de Imagem

Projeto Gráfico
Typodesign

Coordenação de Arte
Typodesign

Editor de Arte
Alexandre Fedrizzi
Ana Maria Hitomi

Infografia
Ana Emme
Nilson Cardoso

Tratamento de Imagem
Marcio Uva

Revisão
Arlete Mendes de Souza

Fotografia
Lau Polinésio
Getty Images
Istockphoto

TABELA 9: EVOLUÇÃO DA PRODUÇÃO MUNDIAL DE LARANJA

País	1970/71	1971/72	1972/73	1973/74	1974/75	1975/76	1976/77	1977/78	1978/79	1979/80	1980/81
Total	**600.032**	**598.540**	**669.288**	**655.025**	**758.402**	**756.356**	**793.506**	**756.217**	**814.550**	**905.273**	**900.681**
Brasil	43.480	40.000	59.510	62.402	134.804	127.451	146.078	135.294	192.500	199.853	219.020
Estados Unidos	187.451	188.456	221.618	214.020	233.015	238.824	238.284	217.157	208.382	269.093	236.789
China	2.307	2.836	3.811	3.548	4.196	4.115	3.995	4.610	4.544	5.703	6.982
Índia	29.412	30.637	29.412	31.863	31.863	28.186	34.314	27.892	26.225	27.696	28.701
México	30.752	25.221	26.961	23.676	23.407	20.466	27.990	31.618	31.373	39.951	39.216
Egito	13.897	17.328	16.740	18.799	20.074	20.980	18.505	16.446	20.662	25.735	22.574
Espanha	44.926	44.314	50.907	47.132	45.441	47.304	43.652	42.108	40.025	42.402	41.642
Indonésia	2.623	3.162	4.191	3.627	4.069	4.103	3.725	5.152	5.392	4.607	7.623
Irã	4.363	4.755	5.637	5.172	6.152	6.716	7.353	7.966	8.652	8.529	8.824
Paquistão	7.647	7.990	9.657	8.480	11.422	11.520	12.206	10.686	12.623	14.936	16.770
Itália	32.377	35.686	32.745	38.162	38.554	38.725	46.544	39.142	39.681	43.627	42.574
Turquía	10.907	11.275	11.446	11.520	12.255	13.235	13.358	15.931	16.078	16.667	17.034
África do Sul	11.054	13.897	13.088	13.358	12.230	13.824	11.348	14.706	14.191	13.800	13.848
Grécia	9.657	8.873	12.696	9.632	14.706	13.064	12.230	10.515	11.765	8.211	12.917
Marrocos	19.299	18.064	15.417	11.691	13.039	14.314	20.098	15.441	18.529	16.789	17.034
Argentina	24.265	18.382	19.191	20.417	17.868	18.211	18.137	16.422	17.304	17.549	17.255
República Árabe da Síria	105	220	350	205	398	362	531	601	518	774	857
Vietnã	1.838	1.985	2.132	2.059	2.206	1.961	2.083	2.157	2.238	2.108	2.042
Argélia	8.833	8.482	8.404	8.757	8.590	8.250	8.800	8.405	6.978	7.286	6.879
Gana	3.162	3.162	3.137	2.206	3.686	3.686	1.275	466	515	270	3.779
Austrália	7.892	7.132	8.505	7.598	8.358	8.848	7.868	8.725	9.020	9.608	10.441
Venezuela	5.025	5.378	5.967	5.713	6.157	6.512	6.135	7.842	7.687	8.083	8.115
Colômbia	2.230	2.279	2.451	2.328	2.574	2.877	4.635	4.658	4.707	5.409	5.517
Tailândia	3.370	3.676	3.676	3.676	3.676	3.676	4.289	4.289	4.289	4.289	4.289
Peru	5.968	5.807	5.136	5.232	5.217	4.369	4.238	3.870	3.738	3.558	3.078
Honduras	448	473	662	615	662	686	735	784	833	892	892
Costa Rica	1.449	1.471	1.569	1.520	1.593	1.667	1.716	1.777	1.814	1.814	1.838
Belize	558	926	972	895	1.102	801	802	633	686	568	1.110
Líbano	4.386	4.275	4.966	4.504	5.740	5.392	5.392	5.392	5.637	5.515	5.392
Cuba	3.160	2.205	3.066	2.925	2.582	3.110	3.118	4.080	4.716	4.690	7.453
Paraguai	4.338	4.487	4.558	4.347	3.662	4.061	4.766	4.859	4.452	4.167	4.412
República Democrática do Congo	3.157	3.076	3.441	3.336	3.505	3.542	3.605	3.510	3.493	3.456	3.431
Portugal	2.397	2.265	3.175	3.192	2.801	2.941	2.559	2.843	2.385	2.792	2.721
Chile	1.054	1.054	1.115	1.054	1.142	1.150	1.176	1.250	1.319	1.387	1.451
Israel	25.686	27.475	29.191	29.534	24.240	23.725	22.672	22.549	23.015	21.863	18.529
Jamaica	1.597	1.783	574	2.038	963	1.001	1.011	1.030	1.217	765	1.058
Tunísia	1.571	1.066	1.127	1.826	1.716	2.169	2.556	2.221	2.944	2.608	2.257
Guatemala	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.127
Iêmen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	64	66
Uruguai	1.033	1.042	1.078	1.054	980	1.005	1.029	1.159	853	1.078	1.510
Zimbábue	515	564	637	613	686	735	613	711	662	735	711
Bolívia	1.324	1.422	1.480	1.471	1.577	1.643	1.875	1.941	1.982	2.083	2.101
República Dominicana	1.566	1.597	1.639	1.620	1.658	1.593	1.691	1.684	1.475	1.691	1.740
Madagascar	1.391	1.042	1.645	1.638	2.056	1.995	1.584	1.952	1.961	1.449	1.443
Nicarágua	1.100	1.152	1.103	1.225	1.225	1.225	1.275	1.299	1.324	1.299	1.275
El Salvador	949	885	956	931	980	1.144	1.161	1.256	2.381	2.381	2.429
Iraque	735	735	858	735	980	1.471	2.206	2.696	3.350	3.382	2.574
Japão	6.417	8.507	9.578	7.098	7.956	9.480	8.961	7.074	8.836	8.895	9.841
Camboja	1.005	1.005	858	870	809	735	784	784	686	490	539
Geórgia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equador	3.748	4.237	3.522	3.751	5.825	6.127	7.353	12.740	12.214	12.346	13.076
Panamá	1.338	1.382	1.478	1.429	1.527	1.529	1.529	1.529	1.530	1.586	779
Jamahiriya Árabe Líbia	416	533	421	579	666	622	782	984	778	1.018	1.268
Chipre	2.415	4.059	4.731	3.598	3.860	797	884	984	904	884	772
Etiópia	208	208	221	221	221	221	223	223	225	225	228
Senegal	74	74	223	52	294	392	417	441	453	458	466
Haiti	608	613	640	625	654	672	676	613	662	686	711
Nepal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Butão	502	515	539	527	551	564	576	588	613	618	623
Jordan	245	157	209	201	489	137	139	488	323	320	639
Suazilândia	1.225	1.225	1.348	1.299	1.225	1.225	1.225	1.176	1.078	1.054	1.103
Côte d'Ivoire	196	245	368	294	368	368	441	441	441	490	515
Territórios Ocupados da Palestina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Quênia	233	245	270	257	282	294	306	319	331	343	355
República Democrática Popular do Laos	417	392	417	417	429	392	417	392	380	404	441
República Central Africana	270	270	270	270	270	282	282	294	294	294	306
Porto Rico	720	800	778	756	765	823	778	792	823	778	765
Sudão	833	882	980	858	882	760	637	515	392	343	282
Mali	196	208	221	208	221	221	233	233	233	233	245
Bangladesh	299	262	200	199	189	197	210	213	208	211	210
Moçambique	417	441	490	355	613	490	490	490	490	490	539
Togo	191	196	206	201	216	218	221	221	221	233	270
Suriname	241	246	284	284	243	233	221	250	117	173	215
Azerbaijão	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Benin	270	257	270	257	282	294	294	294	294	294	294
Malásia	478	453	306	306	294	306	245	275	270	294	306
Afeganistão	449	353	453	436	458	461	431	255	373	355	368
Nova Zelândia	43	44	57	52	69	70	88	84	142	155	158
Somália	159	164	172	167	174	179	179	184	184	189	191
Dominica	44	45	46	45	47	48	49	85	79	58	58
Libéria	127	131	137	134	141	145	147	152	154	159	162
Guiné-Bissau	-	-	-	-	-	-	-	2	5	10	15
Guiana	206	252	264	256	245	267	250	289	262	253	261
Sri Lanka	195	186	249	178	169	171	195	199	249	262	295
Trinidad e Tobago	437	265	199	368	297	294	328	162	174	174	164
Montenegro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Albânia	81	98	127	135	137	147	221	196	230	235	265
Filipinas	273	238	331	297	271	268	433	463	481	451	472
Zâmbia	49	54	59	56	61	64	66	69	71	74	76
Congo	59	59	64	61	66	69	69	71	74	74	74
Guadalupe	10	10	8	10	8	9	7	6	6	4	3
São Vicente e Granadinas	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7
Malta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tajiquistão	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tonga	49	49	51	49	54	56	59	61	61	61	61
Grenada	21	21	21	21	18	19	18	22	24	25	23
República Unida da Tanzânia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Martinica	9	10	10	10	12	12	12	15	15	17	20
Ilha da Reunião	-	-	0	-	0	1	5	6	7	6	4
Fiji	10	15	10	7	5	20	15	4	12	7	5
Botsuana	5	6	6	6	6	7	9	10	11	11	11
França	56	49	51	51	51	64	84	43	35	33	34
Guiana Francesa	3	3	3	3	5	5	4	4	5	5	5
Polinésia Francesa	6	3	3	4	3	7	6	7	6	9	5
Timor-Leste	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Santa Lúcia	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
Croácia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Burkina Faso	-	-	-	-	-	-	-	5	5	5	5
Brunei Darussalam	12	13	9	10	9	9	9	7	7	7	6
Federação Russa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bósnia-Herzegóvina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ilhas Cook	123	86	147	82	86	93	76	89	70	59	31
Guam	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1
Seychelles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kuwait	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Montserrat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Djibouti	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sérvia e Montenegro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
URSS	3.353	931	1.324	1.275	2.990	3.775	3.137	5.539	4.779	8.088	3.676
Iugoslávia SFR	28	39	50	42	71	69	54	98	104	96	114

País	1981/82	1982/83	1983/84	1984/85	1985/86	1986/87	1987/88	1988/89	1989/90	1990/91	1991/92	1992/93	1993/94	1994/95
Total	**833.166**	**904.659**	**900.133**	**915.630**	**932.366**	**977.481**	**988.965**	**1.123.669**	**1.066.697**	**1.108.786**	**1.170.062**	**1.233.470**	**1.221.710**	**1.334.771**
Brasil	195.000	225.735	235.000	287.132	269.975	261.029	254.902	346.814	295.000	302.990	367.010	346.005	336.029	404.902
Estados Unidos	172.181	216.348	163.946	152.647	169.191	174.559	193.701	202.745	173.603	193.701	200.441	246.838	231.912	256.716
China	6.924	8.581	10.675	11.746	14.142	18.231	24.464	20.778	32.249	33.680	22.770	26.225	38.603	40.025
Índia	29.632	30.833	33.284	33.015	33.088	32.990	36.765	34.314	47.059	49.265	46.324	32.598	46.446	46.157
México	41.422	36.275	35.613	27.819	34.559	41.250	47.598	55.588	46.569	56.373	53.922	66.176	77.794	87.500
Egito	21.936	29.436	30.466	28.971	28.627	30.270	33.995	29.387	34.240	38.578	41.520	43.407	32.451	37.083
Espanha	39.926	40.490	44.975	33.456	47.598	50.466	59.853	54.314	58.824	63.480	64.975	73.260	61.495	66.103
Indonésia	11.415	8.701	12.084	13.211	11.893	15.172	13.701	10.906	6.583	6.217	8.652	9.699	6.381	9.643
Irã	9.926	11.047	10.671	13.092	18.117	22.827	24.066	28.797	31.572	32.691	32.211	44.593	35.283	38.823
Paquistão	19.897	21.360	22.309	23.556	24.608	25.169	24.213	26.853	27.047	27.608	27.963	28.571	31.730	33.159
Itália	42.941	40.074	56.348	48.039	55.319	59.412	32.917	53.186	50.662	43.137	45.147	51.740	51.471	44.118
Turquía	16.544	16.078	17.892	18.627	12.377	18.382	17.157	18.137	18.137	18.015	20.343	20.098	20.588	22.549
África do Sul	13.382	12.500	12.549	11.912	12.181	14.142	16.716	15.417	17.083	15.882	17.451	16.275	18.113	18.873
Grécia	17.255	16.299	16.936	18.995	13.578	21.593	11.324	18.873	22.843	20.074	20.098	21.373	20.931	22.696
Marrocos	16.936	16.422	18.309	16.814	20.613	15.931	21.838	24.363	18.995	27.034	19.118	21.422	22.451	16.103
Argentina	14.853	15.662	12.255	16.005	15.270	15.221	15.931	15.196	18.382	14.706	15.686	16.176	18.284	17.451
República Árabe da Síria	967	1.101	1.240	1.466	944	1.990	2.576	3.338	3.797	4.191	4.957	3.775	5.714	8.360
Vietnã	1.748	2.598	2.917	2.696	2.727	2.745	2.525	2.525	2.475	2.923	2.968	3.924	6.120	7.000
Argélia	5.627	4.925	3.967	4.484	4.164	4.099	4.492	5.098	4.329	4.506	5.440	6.175	6.124	6.198
Gana	3.277	2.645	3.169	2.451	1.961	1.716	1.593	1.471	1.348	1.225	1.225	1.225	1.225	1.225
Austrália	10.319	9.608	11.961	11.985	12.108	11.642	9.657	13.333	11.225	11.887	15.000	14.020	15.956	10.196
Venezuela	9.023	9.126	9.418	8.884	9.073	9.417	9.521	10.387	10.437	10.614	10.739	10.897	10.067	12.250
Colômbia	6.198	5.652	6.130	5.612	5.882	7.308	7.704	8.169	8.697	3.945	5.703	6.281	8.088	9.209
Tailândia	4.596	3.260	4.600	3.260	5.841	6.348	6.863	6.797	8.615	7.353	7.353	7.966	7.966	7.966
Peru	3.414	3.371	3.137	3.827	3.565	3.818	4.515	4.753	4.675	3.986	4.258	2.973	3.719	5.004
Honduras	1.020	1.110	1.127	1.176	1.225	1.299	1.373	1.446	1.544	885	1.052	2.220	2.095	2.096
Costa Rica	1.863	1.887	1.900	1.900	1.961	1.985	1.998	2.010	2.034	2.713	3.260	3.284	3.922	3.176
Belize	1.064	1.059	750	1.125	1.044	1.266	1.792	1.339	1.449	1.697	1.204	2.408	3.197	2.021
Líbano	4.902	5.025	5.049	5.392	5.882	5.270	6.445	6.607	6.816	6.863	6.393	6.439	4.289	3.368
Cuba	6.312	8.304	9.795	9.093	9.961	10.802	12.156	12.444	11.606	14.751	12.142	11.167	9.874	6.599
Paraguai	4.138	4.657	5.025	4.929	5.175	4.916	4.661	4.195	4.243	4.285	4.328	4.344	4.380	4.203
República Democrática do Congo	3.480	3.529	3.578	3.627	3.676	3.799	3.922	4.044	4.167	4.289	4.412	4.534	4.657	4.779
Portugal	2.696	3.137	3.186	3.309	3.407	3.687	4.010	3.872	3.915	4.328	4.194	4.343	4.242	4.637
Chile	1.442	1.602	1.637	1.765	1.838	1.917	2.096	2.353	2.426	2.382	2.426	2.574	2.696	2.745
Israel	27.083	21.789	23.578	23.064	16.789	19.975	15.368	13.382	21.495	13.897	12.574	9.240	8.946	9.926
Jamaica	809	855	823	735	1.093	1.088	1.961	1.321	1.501	1.557	1.040	1.433	1.765	3.332
Tunísia	3.449	2.279	1.990	3.162	2.990	3.701	3.603	2.941	3.529	3.020	2.875	2.412	3.824	2.574
Guatemala	1.225	1.348	1.348	1.471	1.544	1.593	1.716	1.838	1.838	1.990	1.987	1.986	1.989	1.745
Iêmen	60	63	63	65	68	120	140	121	203	238	265	305	365	460
Uruguai	1.422	1.679	1.593	1.642	1.838	2.083	1.932	2.284	2.083	2.876	2.976	3.654	3.309	3.472
Zimbábue	784	760	809	809	907	980	1.054	1.201	1.348	1.520	1.593	1.471	1.765	1.838
Bolívia	2.066	2.358	2.351	1.062	938	963	1.691	1.814	1.866	1.923	2.017	2.049	2.165	2.298
República Dominicana	1.593	1.471	1.348	1.249	1.497	1.523	1.437	1.445	1.454	1.480	1.483	1.559	1.735	1.792
Madagascar	1.480	1.505	1.520	1.535	1.527	1.980	1.980	2.034	2.059	2.083	2.059	2.083	2.108	1.961
Nicarágua	1.299	1.316	1.348	1.471	1.495	1.520	1.544	1.569	1.593	1.618	1.654	1.667	1.716	1.740
El Salvador	2.579	2.573	2.882	2.450	2.452	2.502	2.387	2.113	2.351	2.625	3.037	3.039	3.064	3.062
Iraque	3.186	3.488	3.799	3.750	3.848	3.995	4.412	4.289	4.289	4.412	4.412	7.353	7.701	7.730
Japão	7.145	9.076	9.924	9.414	8.118	8.571	8.694	6.988	6.252	5.385	4.860	4.819	3.971	3.532
Camboja	564	613	735	809	882	931	980	1.005	1.029	1.054	1.103	1.127	1.152	1.189
Geórgia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6.618	2.108	2.392
Equador	12.873	12.267	8.705	6.666	5.655	1.697	1.902	2.125	1.751	1.889	1.883	1.867	2.067	2.169
Panamá	794	809	824	839	855	871	887	845	733	645	659	674	688	645
Jamahiriya Árabe Líbia	2.239	2.062	1.523	1.656	1.716	1.765	1.912	2.010	2.108	2.230	1.961	1.716	1.471	1.319
Chipre	996	1.058	1.017	1.250	1.115	980	1.250	980	1.225	1.544	1.348	1.471	1.409	1.127
Etiópia	230	233	235	238	240	243	245	270	294	306	319	331	331	319
Senegal	478	490	478	473	539	564	588	637	760	686	637	588	588	749
Haiti	735	735	760	772	784	784	784	760	735	735	711	637	637	625
Nepal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	761	824	833	907	931
Butão	627	657	686	948	637	662	1.301	1.324	1.348	1.414	1.417	1.419	1.422	1.422
Jordan	711	784	760	328	681	442	608	504	506	647	601	859	885	729
Suazilândia	1.225	1.324	1.176	1.152	1.103	1.225	1.029	980	613	858	809	858	564	1.180
Côte d'Ivoire	539	588	613	637	662	686	686	686	686	445	635	667	690	686
Territórios Ocupados da Palestina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.705
Quênia	368	392	417	441	466	490	539	564	588	613	637	662	662	662
República Democrática Popular do Laos	490	490	515	539	564	564	490	441	490	515	539	539	539	588
República Central Africana	306	319	324	328	328	331	343	358	370	382	390	397	417	441
Porto Rico	712	738	720	744	725	678	677	686	682	716	689	637	600	445
Sudão	292	292	319	294	355	368	380	368	319	245	368	370	343	375
Mali	245	245	257	257	257	270	270	270	282	306	306	306	306	306
Bangladesh	210	213	229	232	226	207	195	195	207	213	204	206	205	205
Moçambique	613	539	490	490	490	490	490	490	613	637	490	294	294	294
Togo	270	270	282	270	282	294	294	294	294	294	294	294	297	297
Suriname	230	189	213	212	234	234	274	245	310	329	327	346	382	392
Azerbaijão	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	728	608	551
Benin	294	294	294	306	294	294	294	294	294	294	294	294	294	294
Malásia	270	245	184	172	201	203	243	245	265	265	265	250	255	260
Afeganistão	365	350	343	328	314	319	272	277	279	279	279	284	284	284
Nova Zelândia	195	245	208	201	221	196	245	147	294	294	294	221	517	559
Somália	196	196	201	203	206	208	211	213	216	218	172	98	172	196
Dominica	59	59	54	56	67	126	123	141	113	78	78	91	79	93
Libéria	164	169	172	172	176	172	172	172	172	172	172	172	172	172
Guiné-Bissau	20	25	29	32	34	49	64	78	93	108	123	123	123	123
Guiana	267	267	267	262	279	324	270	181	132	157	157	176	186	186
Sri Lanka	206	174	385	171	146	109	105	116	94	82	70	71	69	69
Trinidad e Tobago	164	167	167	167	167	167	167	167	184	184	184	184	276	391
Montenegro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Albânia	225	309	338	294	324	341	243	328	370	250	270	316	326	319
Filipinas	531	576	486	480	455	489	398	439	441	226	229	218	205	202
Zâmbia	78	78	81	81	83	86	88	91	93	96	98	86	88	91
Congo	74	74	71	71	71	70	70	70	69	69	69	64	64	61
Guadalupe	4	4	11	10	13	12	15	15	3	8	7	8	9	8
São Vicente e Granadinas	6	6	5	4	6	9	9	12	17	22	23	23	23	23
Malta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tajiquistão	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tonga	61	60	66	67	66	66	66	66	66	25	25	25	25	25
Grenada	24	25	23	24	21	21	21	22	21	22	21	21	21	21
República Unida da Tanzânia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Martinica	7	25	17	32	16	16	13	18	17	13	11	11	12	13
Ilha da Reunião	4	4	4	4	9	11	20	27	25	22	25	46	45	48
Fiji	15	10	5	17	12	5	4	16	11	13	10	9	10	12
Botsuana	11	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
França	44	37	39	40	63	65	66	70	76	45	52	39	40	31
Guiana Francesa	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	6	11	11
Polinésia Francesa	5	1	1	1	1	2	1	3	4	3	5	3	4	4
Timor-Leste	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	29
Santa Lúcia	6	7	7	7	7	8	8	8	8	8	10	12	15	16
Croácia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15	17	15
Burkina Faso	5	10	10	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
Brunei Darussalam	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Federação Russa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bósnia-Herzegóvina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1	1
Ilhas Cook	65	22	20	20	20	12	10	10	10	11	11	10	13	9
Guam	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1
Seychelles	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
Kuwait	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
Montserrat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Djibouti	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0
Sérvia e Montenegro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	41	32	32
URSS	7.451	6.691	9.828	8.701	3.529	7.892	4.510	10.980	2.598	7.157	6.127	-	-	-
Iugoslávia SFR	154	200	240	200	54	135	143	200	246	286	280	-	-	-

País	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09
Total	**1.376.140**	**1.432.745**	**1.542.094**	**1.313.738**	**1.587.620**	**1.465.352**	**1.453.646**	**1.553.997**	**1.490.253**	**1.604.278**	**1.523.894**	**1.604.890**	**1.749.276**	**1.691.680**
Brasil	416.005	423.577	481.602	379.783	510.395	407.562	346.388	473.252	382.733	495.276	384.930	439.422	469.966	427.010
Estados Unidos	256.225	284.436	306.201	220.319	291.054	273.015	276.716	258.015	287.598	206.348	200.882	168.750	224.044	204.510
China	42.328	45.343	51.471	63.162	79.314	64.583	88.186	88.235	98.922	104.167	109.069	117.647	133.578	147.059
Índia	39.098	50.032	62.843	57.701	59.971	65.556	63.105	70.355	47.105	79.980	81.225	84.250	104.581	107.762
México	87.990	96.005	81.642	71.152	82.966	95.221	98.529	91.520	95.613	98.039	101.887	98.039	105.319	101.471
Egito	38.113	39.534	33.088	35.343	40.123	39.461	41.569	42.500	42.647	43.505	44.118	44.853	67.623	85.784
Espanha	63.064	53.922	67.255	59.853	69.314	65.882	69.167	72.304	74.804	65.956	58.235	79.902	67.306	82.525
Indonésia	24.623	17.913	17.070	12.033	12.243	15.786	16.947	23.729	35.335	50.762	54.265	62.881	64.360	56.926
Irã	38.135	40.920	41.806	42.872	45.741	45.185	46.043	46.078	46.324	52.193	55.226	61.275	56.373	56.373
Paquistão	33.618	34.314	34.949	31.936	33.333	32.549	31.397	29.167	30.196	33.348	42.181	42.178	42.181	42.181
Itália	44.118	51.471	51.471	34.853	42.892	44.118	42.255	42.230	44.975	51.593	55.417	61.176	61.936	41.495
Turquía	20.637	21.814	18.137	23.775	26.961	26.225	30.637	30.637	30.637	31.863	35.417	37.647	36.078	38.235
África do Sul	22.794	21.936	23.554	25.686	27.426	27.426	30.956	28.137	27.279	25.441	28.603	30.858	34.559	37.402
Grécia	20.539	23.186	24.191	19.485	25.490	23.922	26.373	28.064	13.480	18.725	24.926	21.201	22.799	19.363
Marrocos	24.828	18.971	27.721	22.059	20.711	16.985	17.647	19.608	17.279	19.926	19.216	17.672	17.941	19.363
Argentina	17.230	20.613	22.574	16.176	19.338	22.377	19.118	17.157	18.382	18.873	20.588	24.265	23.039	17.157
República Árabe da Síria	7.429	9.130	5.784	10.759	8.739	9.977	11.394	10.469	9.775	12.145	11.103	13.582	14.778	14.778
Vietnã	9.299	10.895	9.640	9.841	9.400	10.458	10.483	10.669	12.189	13.248	14.738	14.730	14.730	14.730
Argélia	5.557	5.802	5.963	6.872	7.533	7.343	8.017	8.885	9.543	10.224	10.668	11.629	12.032	12.032
Gana	4.902	6.319	6.301	6.627	6.618	7.353	7.353	7.353	7.353	9.804	12.255	11.520	11.765	11.765
Austrália	14.436	13.627	10.980	12.623	15.294	10.711	15.515	9.975	11.103	13.407	11.520	10.270	9.877	10.539
Venezuela	14.546	13.307	12.591	11.643	11.338	12.176	11.189	8.374	8.168	9.177	9.177	9.262	9.555	9.555
Colômbia	9.694	9.975	10.320	7.353	8.328	8.649	5.824	7.303	1.695	2.165	2.357	9.929	8.652	8.652
Tailândia	7.966	7.721	7.721	7.843	7.843	7.966	7.966	8.333	8.333	8.578	8.578	8.578	8.578	8.578
Peru	5.595	5.477	5.414	5.618	6.299	6.268	6.819	7.166	7.494	8.097	8.198	8.673	8.438	8.438
Honduras	2.083	2.083	2.083	2.034	3.092	2.941	3.480	5.890	6.255	6.621	6.985	7.108	7.108	7.108
Costa Rica	3.676	4.044	7.316	8.074	6.941	9.926	10.700	8.995	8.995	10.960	9.380	11.000	10.392	6.814
Belize	3.182	3.168	4.558	4.108	4.423	5.231	5.738	4.134	4.057	5.231	6.268	5.186	5.414	5.870
Líbano	3.431	3.701	5.296	4.458	4.784	3.735	3.819	3.809	5.441	5.735	5.775	5.662	5.605	5.605
Cuba	7.015	7.238	12.206	9.174	12.088	11.532	14.906	7.270	12.064	12.132	9.546	4.371	7.422	4.912
Paraguai	4.204	4.226	4.566	5.098	5.653	4.946	5.129	5.077	7.767	7.829	7.395	7.264	7.353	4.657
República Democrática do Congo	4.902	4.814	4.849	4.884	4.706	4.534	4.369	4.402	4.407	4.413	4.418	4.424	4.429	4.434
Portugal	5.126	4.390	5.217	6.659	5.278	6.263	5.443	6.796	6.787	6.135	5.363	5.748	4.914	4.343
Chile	2.647	3.064	2.157	2.353	2.157	2.377	2.475	2.941	3.064	3.431	3.480	3.554	3.799	3.799
Israel	10.784	9.657	9.436	6.569	8.015	5.343	3.922	3.505	3.260	4.216	3.529	4.608	3.064	3.799
Jamaica	3.452	3.512	3.431	3.309	3.431	3.382	3.358	3.309	3.358	3.431	3.431	3.431	3.480	3.480
Tunísia	2.475	2.794	2.475	2.978	2.561	2.819	2.696	2.598	2.328	2.475	2.485	3.100	3.456	3.431
Guatemala	1.960	1.963	1.962	1.990	2.390	2.557	2.941	3.431	3.463	3.382	3.386	3.375	3.300	3.300
Iêmen	972	1.736	2.090	3.672	3.832	3.884	3.896	3.999	4.071	1.730	2.058	2.477	3.164	3.217
Uruguai	3.104	3.461	4.071	4.539	3.669	2.675	4.633	2.837	3.225	3.041	4.326	3.389	4.565	3.160
Zimbábue	1.716	1.740	1.789	1.716	1.961	2.402	2.206	2.279	2.279	2.328	2.328	2.279	2.279	2.279
Bolívia	2.266	2.295	2.443	2.465	2.596	2.696	2.699	2.564	2.073	2.111	2.149	2.200	2.246	2.246
República Dominicana	1.900	2.390	2.619	3.324	2.009	3.221	1.635	2.110	3.850	3.340	2.470	2.579	2.878	2.214
Madagascar	2.010	2.034	2.059	2.059	2.083	2.034	2.059	2.059	2.083	2.083	2.120	2.157	2.206	2.206
Nicarágua	1.765	1.765	1.765	1.740	1.740	1.593	1.716	1.618	1.716	1.691	1.765	1.765	2.083	2.083
El Salvador	2.235	809	890	640	908	913	913	913	950	950	1.380	1.463	1.642	1.789
Iraque	7.794	7.721	7.598	7.745	7.353	6.618	8.088	8.044	4.902	2.230	1.936	1.912	1.789	1.789
Japão	3.343	3.039	3.284	3.039	2.721	2.549	2.559	2.414	2.201	2.159	1.831	1.613	1.593	1.593
Camboja	1.225	1.471	1.520	1.544	1.544	1.544	1.544	1.544	1.544	1.544	1.544	1.544	1.544	1.544
Geórgia	2.892	2.127	1.400	2.086	1.373	980	1.471	812	1.450	937	2.999	1.279	2.424	1.353
Equador	2.111	2.239	5.309	2.983	2.983	3.661	3.731	2.686	1.672	3.062	1.936	1.409	1.374	1.346
Panamá	659	674	659	674	659	674	906	935	965	996	1.028	1.095	1.130	1.134
Jamahiriya Árabe Líbia	1.103	1.002	983	993	1.029	1.042	1.054	1.054	1.042	1.087	1.087	1.054	1.103	1.103
Chipre	1.348	1.287	1.238	1.091	1.294	1.047	895	1.115	1.047	1.148	1.183	1.147	1.032	1.076
Etiópia	319	319	319	331	331	343	368	368	309	426	613	1.142	1.176	1.049
Senegal	686	756	735	735	686	760	685	721	805	597	870	946	980	980
Haiti	613	605	605	605	613	613	490	607	564	637	735	735	907	907
Nepal	980	588	711	699	749	735	779	797	821	829	869	883	900	900
Butão	1.422	1.422	1.422	1.422	1.422	735	735	914	890	882	882	882	895	895
Jordan	521	601	713	934	441	978	796	838	1.005	1.007	1.082	1.126	772	891
Suazilândia	700	806	814	765	858	882	882	931	1.005	1.029	980	882	882	882
Côte d'Ivoire	686	686	712	730	702	717	735	751	767	792	818	846	858	858
Territórios Ocupados da Palestina	2.370	2.871	2.839	2.541	2.384	1.880	2.048	1.742	1.148	1.010	924	889	858	858
Quênia	637	662	662	686	662	637	637	637	637	637	637	662	686	686
República Democrática Popular do Laos	490	539	613	686	686	711	686	711	686	686	686	686	686	686
República Central Africana	490	490	539	539	564	588	588	539	490	490	515	515	515	539
Porto Rico	427	409	394	365	204	647	415	411	429	433	460	463	478	478
Sudão	368	392	392	404	414	424	429	434	436	436	441	441	441	441
Mali	306	306	306	306	306	306	306	319	343	343	353	506	380	392
Bangladesh	196	196	216	196	196	221	245	245	270	294	245	467	427	382
Moçambique	319	319	343	368	343	325	343	343	343	343	343	343	343	343
Togo	297	297	297	297	297	297	297	297	297	297	299	306	319	331
Suriname	368	253	291	274	252	241	256	278	320	311	314	334	335	330
Azerbaijão	539	490	515	588	613	515	436	437	445	470	473	477	502	309
Benin	294	294	294	294	294	294	294	294	294	294	294	294	306	306
Malásia	260	270	270	270	294	294	294	294	294	294	294	294	294	294
Afeganistão	284	284	284	284	284	284	284	284	284	265	233	189	189	284
Nova Zelândia	515	419	441	233	221	123	184	184	147	172	172	172	216	216
Somália	196	196	196	191	194	196	208	208	213	213	221	213	213	213
Dominica	106	179	204	196	184	176	172	172	172	172	172	176	176	176
Libéria	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	176	176
Guiné-Bissau	123	123	123	123	123	123	123	123	123	123	123	123	147	147
Guiana	101	57	40	63	86	196	119	123	123	123	123	123	147	147
Sri Lanka	69	74	74	123	118	130	131	138	124	134	145	148	156	141
Trinidad e Tobago	365	175	166	103	151	95	41	122	123	125	129	129	129	129
Montenegro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	176	128	128
Albânia	93	74	74	54	54	64	69	83	108	120	127	90	103	125
Filipinas	203	213	227	209	201	197	202	191	182	154	142	128	126	119
Zâmbia	86	86	83	81	83	86	88	91	93	88	88	86	86	86
Congo	61	57	59	59	59	61	61	49	55	55	56	56	56	56
Guadalupe	4	12	13	14	16	22	50	50	50	60	54	54	54	54
São Vicente e Granadinas	24	24	24	24	24	24	29	34	37	39	39	40	42	42
Malta	-	-	-	27	32	29	35	33	26	18	34	27	29	39
Tajiquistão	-	25	25	25	25	25	12	15	10	15	15	22	17	29
Tonga	12	12	12	12	6	17	25	25	25	25	25	27	28	28
Grenada	21	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
República Unida da Tanzânia	-	15	15	15	15	15	17	17	22	22	22	21	22	22
Martinica	13	14	14	16	17	17	13	19	14	22	20	20	20	20
Ilha da Reunião	48	48	49	69	69	29	27	18	18	18	18	18	18	18
Fiji	12	12	12	16	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17
Botsuana	12	12	12	10	12	15	15	15	15	15	15	15	15	15
França	28	29	30	28	26	13	14	17	15	16	16	19	14	15
Guiana Francesa	14	14	12	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
Polinésia Francesa	5	6	8	3	5	4	4	6	10	8	9	15	15	15
Timor-Leste	17	30	18	10	5	7	10	15	15	15	15	15	15	15
Santa Lúcia	16	17	39	17	22	35	25	15	15	13	13	13	14	14
Croácia	19	17	14	14	16	13	15	13	12	12	15	14	14	14
Burkina Faso	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	13	12	13	13
Brunei Darussalam	5	5	6	6	6	6	7	7	8	8	8	8	8	8
Federação Russa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	9	9	7	5
Bósnia-Herzegóvina	2	1	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
Ilhas Cook	10	6	6	5	4	4	3	3	2	2	2	2	2	2
Guam	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2
Seychelles	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Kuwait	2	3	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Montserrat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Djibouti	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sérvia e Montenegro	46	44	47	84	77	83	106	121	91	168	100	-	-	-
URSS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Iugoslávia SFR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Fontes: Elaborado por Markestrat a partir de CitrusBR, USDA e FAO