Como a queda do consumo de suco de laranja no mundo tem agravad

É só bagaço...

MURILLO CONSTANTINO/AG. ISTOÉ

INDÚSTRIA X PRODUTOR

DIVULGAÇÃO

LOHBAUER: *o executivo diz que a indústria é acusada de cartel por uma parcela de 20% de produtores que negociam no mercado spot*

HUMBERTO FRANCO/AG. ISTOÉ

VIEGAS: *o citricultor não entende por que o preço do suco ao consumidor está subindo, enquanto o produtor recebe cada vez menos*

a já complicada crise que envolve produtores e indústria processadora

LÍVIA ANDRADE

A queda de braço entre os citricultores e as indústrias está acirrada. A situação, que já era crítica, vem se agravando com a baixa de 17% do consumo mundial de suco de laranja entre 2001 e 2008. O surgimento de novos isotônicos e águas saborizadas é um dos motivos; outro é o apego dos consumidores à questão calórica, o que estimula as vendas dos refrigerantes "zero". À guerra já ganhou o mundo da propaganda. A Associação Nacional dos Exportadores de Sucos Cítricos (Citrus BR), em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportação (Apex), está desenvolvendo uma propaganda institucional do suco de laranja com o objetivo de mostrar que a composição nutricional da bebida é mais importante que as calorias. A finalidade é fomentar o consumo nos principais mercados. **"Queremos que a bebida volte a ocupar o espaço que já ocupou no passado", diz Christian Lohbauer, presidente da Citrus BR**, entidade que congrega empresas como Cutrale, Citrosuco, Citrovita e LD Commodities.

A missão de Lohbauer, porém, é ingrata, tendo em vista a infinidade de bebidas com sabores e apelos diversos. Mas, a seu favor, ele tem os anos de experiência à frente da Associação Brasileira dos Produtores e Exportadores de Frango (Abef), entidade em que as empresas associadas têm uma boa relação com os fornecedores. E é este o seu maior desafio: tirar o estigma das indústrias e estabelecer um bom relacionamento com os citricultores. Mas estes acusam as indústrias de pagar apenas R$ 4 por caixa de laranja. A indústria se defende dizendo que a virulência vem de citricultores, que têm problemas desde 1980. Para Lohbauer, a gritaria parte de 20% dos produtores que negociam no mercado spot. "É desse grupo que vem a acusação de cartel", diz. Segundo ele, quando o preço está bom, a reclamação desaparece. A medida que as cotações internacionais caem, a reclamação aumenta. Lohbauer esclarece que, fora os 20% da produção comprada no mercado spot, a indústria planta cerca de 30% da laranja que processa e compra os outros 50% de fornecedores com quem têm contratos plurianuais. "Se o preço estiver em alta no momento do pagamento, o agricultor recebe um valor premium sobre o valor estabelecido", diz Lohbauer.

Ainda assim, o argumento não satisfaz os produtores. **"Quando houve uma melhora de preços, tentamos fazer uma renegociação dos contratos e não conseguimos. Mas, quando o valor fixado está acima do preço de mercado, a indústria rompe os contratos vigentes e nos obriga a renegociar para baixo", diz Flávio Viegas, presidente da Associação Brasileira de Citricultores (Associtrus),** que congrega 1.300 citricultores. Lohbauer discorda: "Pode ter até uma renegociação esporádica de uma empresa, mas é algo pontual e os agricultores podem não aceitar." Outra revolta porteira adentro é quanto ao preço pago aos produtores da Flórida. "Os estoques de suco estão nos EUA e lá as indústrias estão comprando toda a safra e pagando US$ 8 a caixa", diz Viegas. Para Lohbauer não há como estabelecer relação. "É o mesmo que comparar o preço da soja de Tocantins com a soja do Paraná. Não dá, tem o custo logístico e, no caso do suco, a taxa de importação", diz. Os citricultores rebatem: "Há uma distorção no mercado, porque o valor do suco na bolsa está caindo, mas o preço ao consumidor vem subindo." De qualquer forma, a situação é crítica e se agrava com a queda de consumo nos dois principais mercados: Europa (-10%) e EUA (-25%) nos últimos sete anos. Pelo jeito, se a cadeia não se entender logo, vai sobrar só bagaço. •

ANDRADE, Lívia. É só bagaço. **Dinheiro rural**, São Paulo, ano 6, n. 60, p. 38-39, out. 2009.