

erme de responsabilidade 1. lote



Indústrias de Araraquara e Matão estão de olho no mercado de suco de laranja da China.

Em tempos que o consumo de suco de laranja tem caído nos mercados tradicionais, como Europa e Estados Unidos, as indústrias brasileiras de suco, que estão sediadas em Araraquara e Matão (SP), estão de olho nos mercados emergentes como a Ásia, especialmente na China.

Os chineses não são consumidores tradicionais de suco de laranja, mas tem aumentando o consumo nos últimos anos.

A EPTV exibe até sexta-feira (25) a série de reportagens 'Terra Laranja'. Nesta quarta, no terceiro episódio, o repórter Rodrigo Facundes mostrou que o suco produzido na região é exportado para o mundo todo.

"Eles têm um consumo baixo de 3 a 4 [litros per capita]. Mas a China está se ocidentalizando e tem importando hábitos de consumo do ocidente e não é estranho colocar suco de laranja na dieta do chinês porque ele é um grande consumidor de fruta", afirma o diretor executivo da Associação Nacional dos Exportadores de Sucos Cítricos (CitrusBr), Ibiapaba Netto.

Nos últimos anos, o consumo de suco de laranja caiu 21% no mundo todo, devido à concorrência de outros tipos de bebidas, como refrigerantes, chás, águas saborizadas e outros sucos. Na contramão dessa tendência, o mercado de suco de laranja na China cresceu 200% nos últimos 15 anos e tem potencial para crescer ainda mais. “Tem uma Europa dentro da China. A classe média chinesa é de 600 milhões de pessoas”, pondera Netto.

A China é o quarto país do mundo em consumo de suco de laranja, atrás dos Estados Unidos, Alemanha e França e tem se aproximado cada vez mais da terceira colocação.

Ao mesmo tempo, a indústria de suco chinesa não é estruturada, diz Netto. “Você não tem uma indústria como aqui. Quando a gente fala que tem uma indústria de suco aqui você tem pomares que são feitos para indústria de suco, na China a fruta é para mesa, o que vai para a indústria é refugo”.

O Brasil é responsável por 61% da produção mundial de suco de laranja e o maior exportador de suco de laranja para a China, mas representa apenas 40% de todo suco importado pelo país asiático. “É uma boa participação, mas se comparado com outros mercados ainda é baixo. Na Europa, 80% do suco importado são brasileiros, nos Estados Unidos essa porcentagem é de 50%”, afirma o executivo da CitrusBr.

Atualmente, a China representa apenas 2,9% das exportações de suco brasileiro. Bem menos do que as exportações para o Japão, que tem uma população dez vezes menor.

Desafios

Além disso, a participação do Brasil no mercado de suco chinês caiu nos últimos anos. Em 2007 chegou a exportar 70 mil toneladas de suco para a China, hoje vende 45 mil toneladas.

As indústrias brasileiras perderam mercado, sobretudo, para os países do mediterrâneo, como Chipre e Espanha. “Chipre exporta 20 mil toneladas de suco para a China, só isso representa em torno de US\$ 50 milhões que devido às condições de qualidade poderiam ser da indústria brasileira”, diz Neto.

Uma das dificuldades enfrentadas pelas indústrias brasileiras é uma regra chinesa que exige que o suco chegue ao país a uma temperatura igual ou menor a -18°C (no restante do mundo, essa temperatura varia de -8°C a -10°C para suco concentrado e entre 0 e -2°C para suco fresco). Caso esteja em uma temperatura superior à exigida, a tarifa de exportação salta de 7,5% para 30%.

Para levar o suco do Brasil para a China nessas condições o transporte precisa ser feito em tambores e não a granel (nos tanques dos navios). O que agrava uma série de custos que dificulta a competitividade do suco brasileiro.

Por isso, as indústrias têm articulado com o governo brasileiro para levar ao governo chinês a mudança da regra para que, futuramente, haja investimentos na China como terminais portuários que facilitariam a exportação, como já há na Europa e nos EUA.

“Uma das esperanças do setor é que isso se resolva e que a gente possa fazer os investimentos necessários para aproveitar esse crescimento chinês, o que poderia dar um outro boom para o mercado de suco brasileiro”, afirma Netto.

Fonte: G1