

LARANJA DOURADA

Roberto Rodrigues*

A citricultura brasileira tem um papel relevante na produção cítrica global: produzimos 34% da laranja que o mundo produz, respondemos por 57% da produção de suco e, principalmente, temos 79% do comércio total desse produto: de cada 5 copos deste maravilhoso alimento consumido no planeta, 3 são de origem brasileira. A União Europeia é nosso maior mercado, com 66,7% do total exportado, seguido pelos Estados Unidos, com 20,7% e Japão, com 4,7%.

Mas o consumo caiu muito nos últimos anos. Em 2005, cerca de 2,4 milhões de toneladas foram absorvidos pelo mercado, e no ano passado, menos de 2 milhões, uma queda de quase 20%!

Dois fatores são os principais responsáveis por essa mudança: o primeiro tem a ver com a enorme concorrência de outros sucos e bebidas que surgiram nos últimos anos, inclusive alguns também de origem brasileira. Hoje se encontram facilmente em supermercados de qualquer país sucos de pêssego, goiaba, maracujá, manga, morango, açaí, maçã, mistos e outros.

E o segundo fator foi a mudança recente de hábitos alimentares. A vida corrida de toda gente fez o café da manhã, principal momento do consumo de suco de laranja, ficar muito menos demorado: as pessoas "engolem" qualquer coisa e saem correndo para o trabalho.

Enquanto essa queda expressiva aconteceu no mundo, porém, houve uma mudança ao contrário no nosso mercado interno, que no mesmo período cresceu 40%! Mesmo com esse belo crescimento, ainda consumimos muito pouco: apenas 5% do suco produzido aqui. Ora, podemos crescer muito mais nesse nosso mercado, o que vale a pena por diversas razões, inclusive porque a citricultura tem um grande peso em nossa agricultura tropical: segundo o IBGE, cerca de 12.000 fazendas produzem essas frutas em 350 municípios, ocupando uma área de quase 500 mil hectares, e gerando mais de 200 mil empregos diretos e indiretos. O PIB do setor alcançou 6,5 bilhões de dólares no ano passado, e a cadeia toda de produção respondeu por cerca de 190 milhões de dólares de impostos. A importância social do produto é notável: em 2015 a citricultura foi o setor do agronegócio que mais contratou funcionários.

E tem mais: está provado que o suco de laranja tem características alimentares que promovem saúde e bem estar, sem falar no prazer dado ao paladar.

Ora, precisamos estimular o consumo interno para reduzir a dependência das exportações e estabilizar a atividade produtiva. Para isso são necessárias ações do setor público e também do privado. Este último deve realizar uma ampla campanha mostrando as vantagens de consumir o suco de laranja.

E é fundamental reduzir a carga tributária: os impostos sobre o suco chegam a 34% do seu valor! É muita coisa para um setor tão significativo. Até porque os citricultores vem enfrentando nos últimos anos uma luta dura contra uma terrível doença, o "greening", que dizima os laranjais. E com seu esforço e o

apoio da pesquisa e da tecnologia vão vencendo mais essa contenda, como já venceram a tristeza dos citrus nos anos 40 do século passado, o cancro cítrico na segunda metade do século XX, a CVC neste século e muitas outras.

Já o mercado é mais difícil de enfrentar se os impostos forem injustos.

*** Coordenador do Centro de Agronegócio da FGV, Embaixador Especial da
FAO para as Cooperativas e Presidente do LIDE Agronegócio**

AGROANALYSIS – OUT/2016 – LARANJA DOURADA