

# O que é importante saber na Prova

## Atenção: prova dia 19/06

1. Material para prova: TODO O CONTEÚDO
2. O QUE É IMPORTANTE:
  1. Saber os 4 conceitos principais e suas aplicabilidades no mercado de HF, citros, café e soja:
    1. Elasticidade e seus efeitos & os fatores deslocadores de oferta & demanda
    2. Poder de mercado - Estruturas de mercado e seus efeitos: competição – monopólio – oligopólio
    3. Mercado futuros e suas operações
    4. Margens de comercialização



# ATENÇÃO

- 2ª PROVA: 19 de junho de 2017
- PROVA REPOSITIVA: 26 de junho de 2017
  
- **MÉDIA FINAL** =  $(0,4 * 1ª \text{ PROVA} + 0,4 * 2ª \text{ PROVA} + 0,2 * \text{Média dos trabalhos})$



# O mercado brasileiro e paulista de laranja

w w w . c e p e a . e s a l q . u s p . b r

*A pesquisa que se aplica ao seu dia-a-dia*

**Hortifruti** Brasil

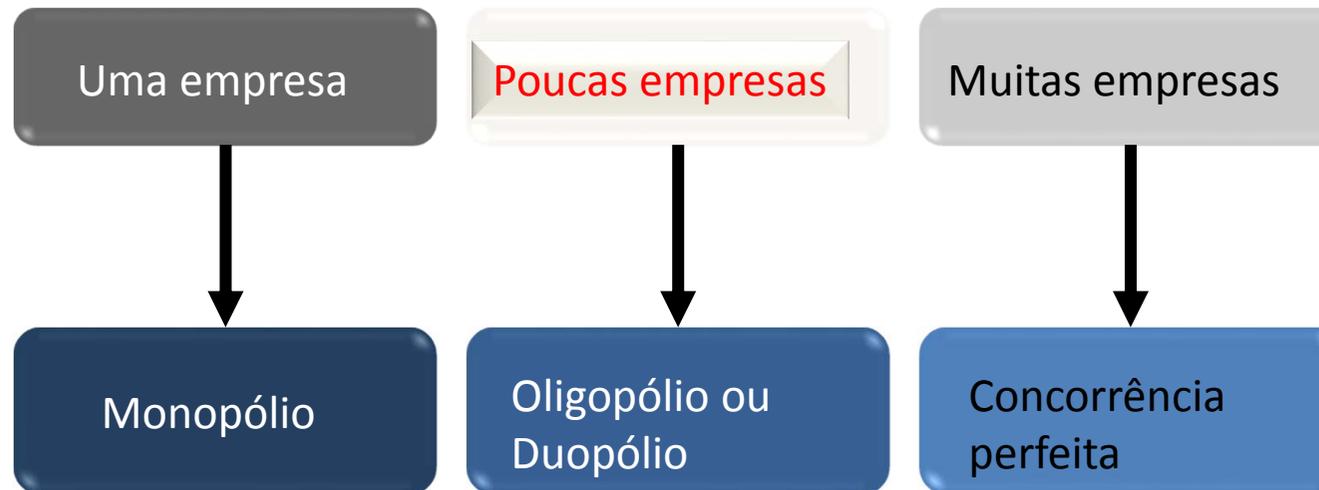
# Estruturas de Mercados Agroindustriais

REVISÃO DA AULA DA MÍRIAM



# Estrutura de mercado

Divisão analítica conforme o número de empresas



# Oligopólio



# Características dos Oligopólios

- Poucas empresas são responsáveis pela maior parte ou pela totalidade da produção, comercializando um **produto homogêneo** ou levemente diferenciado.
- Existência de barreiras à entrada de outras firmas no mercado. (Economia de escala, patentes ou acesso à tecnologia). Informações não fluem livremente;
- Interdependência entre firmas.

Ex:

- Equipamentos eletrônicos, automóveis, distribuidoras de combustíveis
- Produtos agrícolas processados (óleo vegetal, suco de laranja, açúcar e etanol, amido de milho etc.
- Fatores de produção vendidos à agricultura: tratores, fertilizantes, defensivos agrícolas, matéria-prima para ração etc,



# Efeitos do Oligopólio sobre o bem estar <sup>REVISÃO</sup>

- Comparando à concorrência perfeita, ela produz menos e os preços são maiores
- Grande quantidade de recursos destinadas à propaganda e à criação de diferenciais de qualidade e design
- Argumenta-se que pesquisa e desenvolvimento industrial (P&D) normalmente prosperam nos mercados oligopolísticos que precisam aperfeiçoar os produtos e reduzir custos. As firmas são grandes o suficientes para absorver esses custos.



# Agropecuária

Mercados competitivos – produção agropecuária  
Não competitivos – produtos processados

## Ineficiência em Mercados Não-Concorrenciais

Efeitos da falta de concorrência sobre o bem estar  
(falta de eficiência de um mercado)

Concorrência – produz-se mais a preços menores

Concorrência  $p = CMg$

Monopólio  $p > Cmg$



# Ineficiência em Mercado não-concorrenciais

- Produção sub ótima
- Lucro no longo prazo
- Transferência de renda (preços maiores para os compradores e menores para os fornecedores nos monopsonios)
- Ineficiência X – por não sofre competição (custos maiores)
- Custo de monopolização – propaganda para dificultar a entrada de concorrentes



# Mercado Relevante

- **Dimensão Produto:** Conjunto de produtos ou serviços considerados substitutos próximos entre si - escolha do consumidor influenciada por seus respectivos preços e atributos de qualidade.
  - Exemplo: os leites pasteurizado e longa vida fazem parte do mesmo mercado? Se o preço do leite longa vida subir 10%, a demanda por pasteurizado subirá? Se sim, ambos estarão no mesmo mercado embora não sejam substitutos perfeitos
- **Dimensão Geográfica:** região para a qual a venda daqueles produtos é economicamente viável

**Mercado relevante** é definido como o menor grupo de produtos e a menor área geográfica necessários para que uma firma possa impor um pequeno, porém significativo e não transitório aumento de preços.

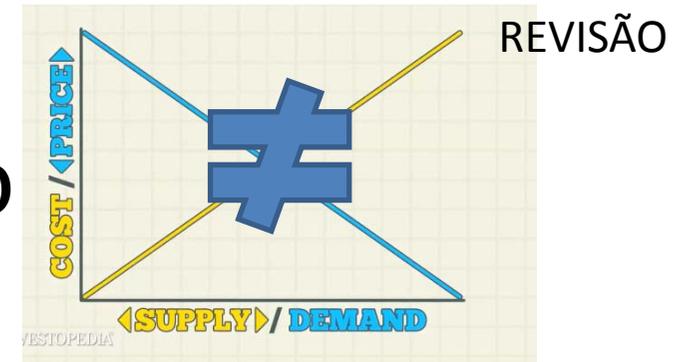


# PARETO EFICIENTE

- O conceito de eficiência no sentido de Pareto, criado pelo economista italiano Vilfredo Pareto (1848-1923), refere-se a situações em que não é possível melhorar a situação de um agente econômico sem piorar a situação de pelo menos um dos demais agentes.
- Modificações que envolvem melhorias na situação de pelo menos um agente econômico sem piorar a dos demais agentes representam Melhorias de Pareto.
- Portanto, se uma determinada alocação de recursos é eficiente no sentido de Pareto, não é possível fazer melhorias de Pareto a partir dessa alocação.



# Falhas de mercado (conceito geral)



- Uma Falha de Mercado ocorre quando os mecanismos de mercado, não regulados pelo [Estado](#) e deixados livremente ao seu próprio funcionamento, originam resultados económicos não eficientes ou indesejáveis do ponto de vista social. Tais falhas são geralmente provocadas pelas imperfeições do mercado, nomeadamente informação incompleta dos [agentes económicos](#), custos de transação elevados, existência de [externalidades](#) e ocorrência de estruturas de mercado do tipo [concorrência imperfeita](#).
- Existem, porém, situações em que o mercado não opera em condições de competição perfeita e dessa forma não é garantido o equilíbrio de Pareto, havendo perda de bem-estar: essas situações são chamadas de falhas de mercado .



## Nos observamos as falhas de mercado para explicar a organização “não” via mercado:

- O poder de mercado sobre o preço;
- Retornos crescentes de escala;
- Externalidades (positivas ou negativas);
- Mercados incompletos (por exemplo, para o seguro), e
- Custos para encontrar com compradores e fornecedores.



# FALHAS DE MERCADO

## FALHAS DE MERCADO

- **Poder de mercado:** o “mercado” dessas empresas vão ofertar produtos com preços a níveis elevados. Aqui, há uma falha de mercado e o “preço” não vai conseguir por si só ter uma alocação eficiente dos recursos.
- **Retornos crescentes de escala:** não há preço equivalente para a relação oferta = demanda. É menos caro por unidade produzir muitas unidades do que produzir poucas. Não há preço ao qual a quantidade que as firmas desejam ofertar é igual a quantidade que os consumidores desejam comprar. Por conta da economia de escala, a curva de oferta não é contínua.
- **Externalidades: ações de indivíduos ou firmas geram sobre outros algum efeito indireto que não é captado pelo mecanismo de preços do mercado.**  
Externalidades positivas acontecem quando uma ação individual ou de uma firma gera um benefício para outros; já a negativa acontece quando uma ação gera um custo para outros indivíduos ou agentes.



# FALHAS DE MERCADO

## FALHAS DE MERCADO

- **Falta de mercado “missing markets” ou mercados incompletos:** A falta de mercados pode ser resultado da falta ou definição indevida de direitos de propriedade e responsabilidade, custos de transação, características de uso comum de recursos entre outras razões.
- **Custos para encontrar com compradores e fornecedores:** no modelo neoclássico, assume-se que todos sabem qual é o preço e onde e quando os bens podem ser comprados e vendido. Não é um problema encontrar compradores e fornecedores. A realidade, contudo, potenciais compradores e potenciais vendedores podem não se conhecer.



## OBSERVAÇÃO:

Nem sempre preço é o melhor  
coordenador POR CONTA DOS  
ELEVADOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO



# Projeto Citros/Cepea



*Departamento de Economia, Administração e Sociologia da Esalq*



**Hortifruti** Brasil

# SITE: WWW.CEPEA.ESALQ.USP.BR/CITROS



**CENTRO DE ESTUDOS AVANÇADOS EM ECONOMIA APLICADA - ESALQ/USP**  
 INSTITUCIONAL ÁREAS DE PESQUISAS IMPRENSA CONTATO  
 "A pesquisa que se aplica ao seu dia a dia"

English Español Français Deutsch

**ESALQ USP**

Açúcar Algodão Arroz Bezerro Boi Café Citros Etanol Frango Ovos Hortifrutícolas Leite Mandioca Milho Soja Suíno Trigo

**INDICADORES DE PREÇOS**

**ÍNDICES EXPORTAÇÃO AGRO**

**PIB AGRONEGÓCIO - BR**

**PIB CADEIAS AGROPEC.**

**PIB AGRO MINAS GERAIS**

**PIB AGRO SÃO PAULO**

**ECONOMIA FLORESTAL**

**MERCADO INTERNACIONAL**

**ECONOMIA SOCIAL**

**ADECA - VIAB. ECONÔMICA**

[twitter/CepeaEsalg](#)

[facebook/CepeaEsalg](#)

[YouTube](#) **Vídeo Institucional**

4 nov 2

**Laranja Indústria**

	A Prazo	Var./dia	Var./mês	5 dias
03/11/2016	24,77	2,48%	1,52%	24,77
01/11/2016	24,17	-0,94%	-0,94%	24,17
31/10/2016	24,40	1,20%	19,43%	24,40
28/10/2016	24,11	-0,50%	18,01%	24,11
27/10/2016	24,23	0,00%	18,60%	24,23

Fonte: CEPEA  
 • Média móvel de cinco dias. Valores pagos ao citricultor em R\$/cx de 40,8 kg, a prazo (spot e contratos para até uma safra); fruta posta na indústria (custos de colheita e frete incluídos). Variedades consideradas: pera, natal e valência (não inclui precoces).

[Metodologia](#) | [Mais valores](#)

**Laranja Pera in natura**

	A Prazo	Var./dia	Var./mês	5 dias
03/11/2016	32,85	-1,32%	-1,17%	33,16
01/11/2016	33,29	0,15%	0,15%	33,20
31/10/2016	33,24	-0,24%	8,27%	33,08
28/10/2016	33,32	0,63%	8,53%	32,92
27/10/2016	33,11	0,27%	7,85%	32,67

Fonte: CEPEA  
 • Média móvel de cinco dias. Valores médios pagos ao citricultor das principais regiões produtoras do estado de SP, a prazo (spot), em R\$/cx de 40,8 kg, na árvore (não inclui custos de colheita nem frete).

[Metodologia](#) | [Mais valores](#)

**Laranja Indústria - Precoce**

	A Prazo	Var./dia	Var./mês
03/11/2016	16,75	0,00%	0,00%

**Preços diários Citros SP**  
 Metodologia  
 Series Mensais

Revista HF Brasil  
 Análises mensais

Palestras

Artigos

Equipe





# SITE: WWW.HFBRASIL.ORG.BR

Valores médios recebidos por produtores (R\$)

Produto	Região	Unidade	26/out	27/out	31/out	01/nov	03/nov
Laranja - Posta - Indústria	Araraquara (região)	caixa 40,8 Kg	23,44	23,44	23,44	22,92	23,50
Laranja - Posta - Indústria	Bebedouro (região)	caixa 40,8 Kg	23,92	23,92	23,92	23,50	24,38
Laranja - Posta - Indústria	Catanduva (região)	caixa 40,8 Kg	23,67	23,67	24,88	24,50	24,50
Laranja - Posta - Indústria	Limeira (região)	caixa 40,8 Kg	24,08	24,08	23,70	23,38	23,70
Laranja Lima - Árvore - Mercado	Limeira (região)	caixa 40,8 Kg	49,13	50,17	51,84	49,84	51,81
Laranja Lima - Árvore - Mercado	Mogiana (região)	caixa 40,8 Kg	45,00	45,00	46,32	46,32	46,98
Laranja Natal/Valência (Mercado Árvore)	Araraquara (região)	caixa 40,8 Kg	28,50	28,50	28,50	- - -	26,50
Laranja Natal/Valência (Mercado Árvore)	Bebedouro (região)	caixa 40,8 Kg	28,00	28,00	28,00	29,99	30,28

Fonte: Hortifruti/Cepea

Ver mais

Para acessar mais preços veja o Banco de dados

## Notícias de Citros



### Clima favorece "pegamento" da safra

BOAS CHUVAS PERMITEM BOM DESENVOLVIMENTO DOS CHUMBINHOS



### Preço oferecido por grandes indústrias

MAIORIA DOS CITRICULTORES, CONTUDO, NÃO POSSUI MAIS FRUTAS PARA NEGOCIAR



### Safra da FL pode ser de apenas 70 milhões

QUEDA É DE 14% FRENTE À SAFRA 2015/16



Manga tomy	28/10	R\$ 1,91
Mamão formosa	28/10	R\$ 35,71
Uva Itália	27/10	R\$ 6,87

## Vídeos HF Brasil

## Revista HF Brasil



ESPECIAL BATATA: GESTÃO SUSTENTÁVEL

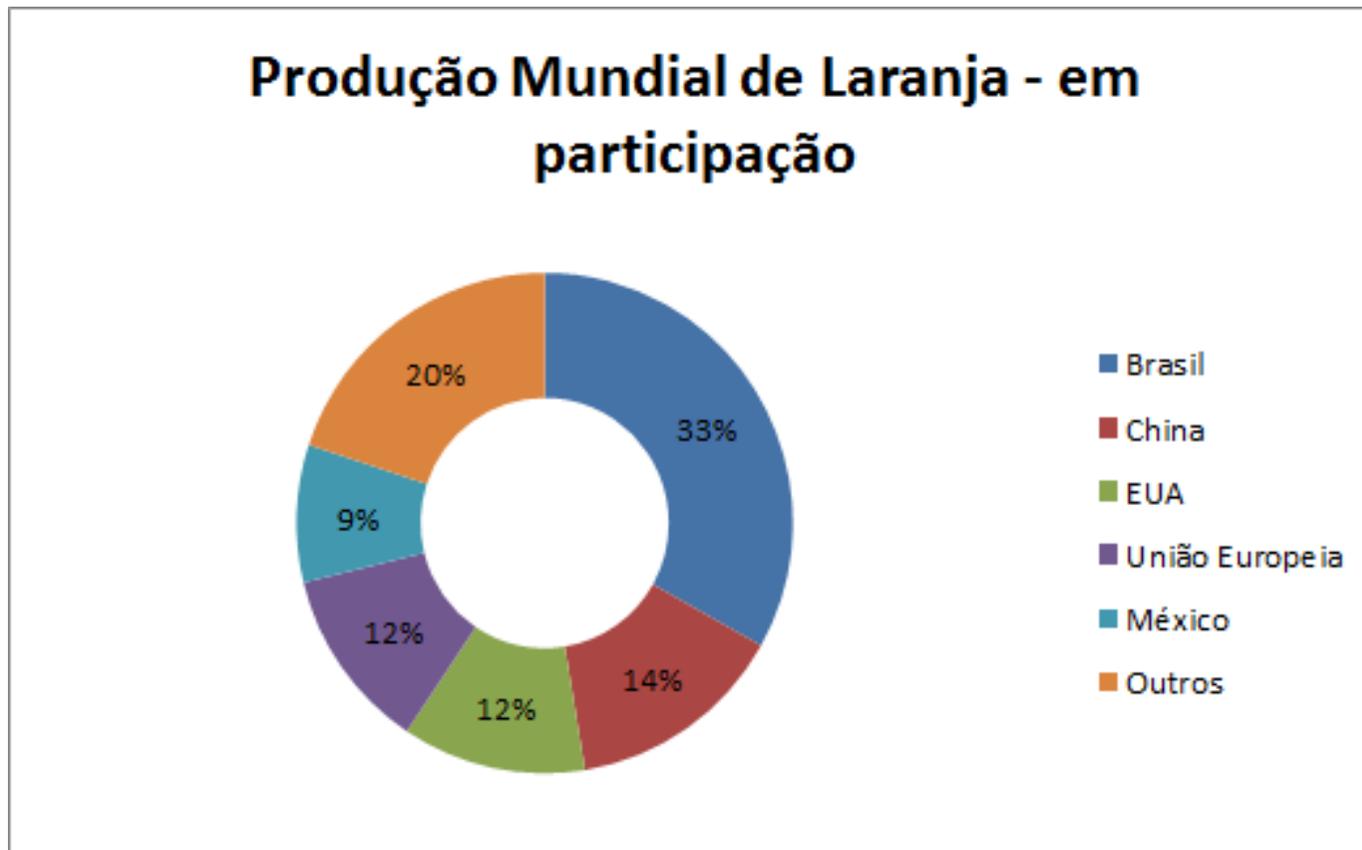




# A cultura da laranja no Brasil

# Cultura da laranja no Brasil

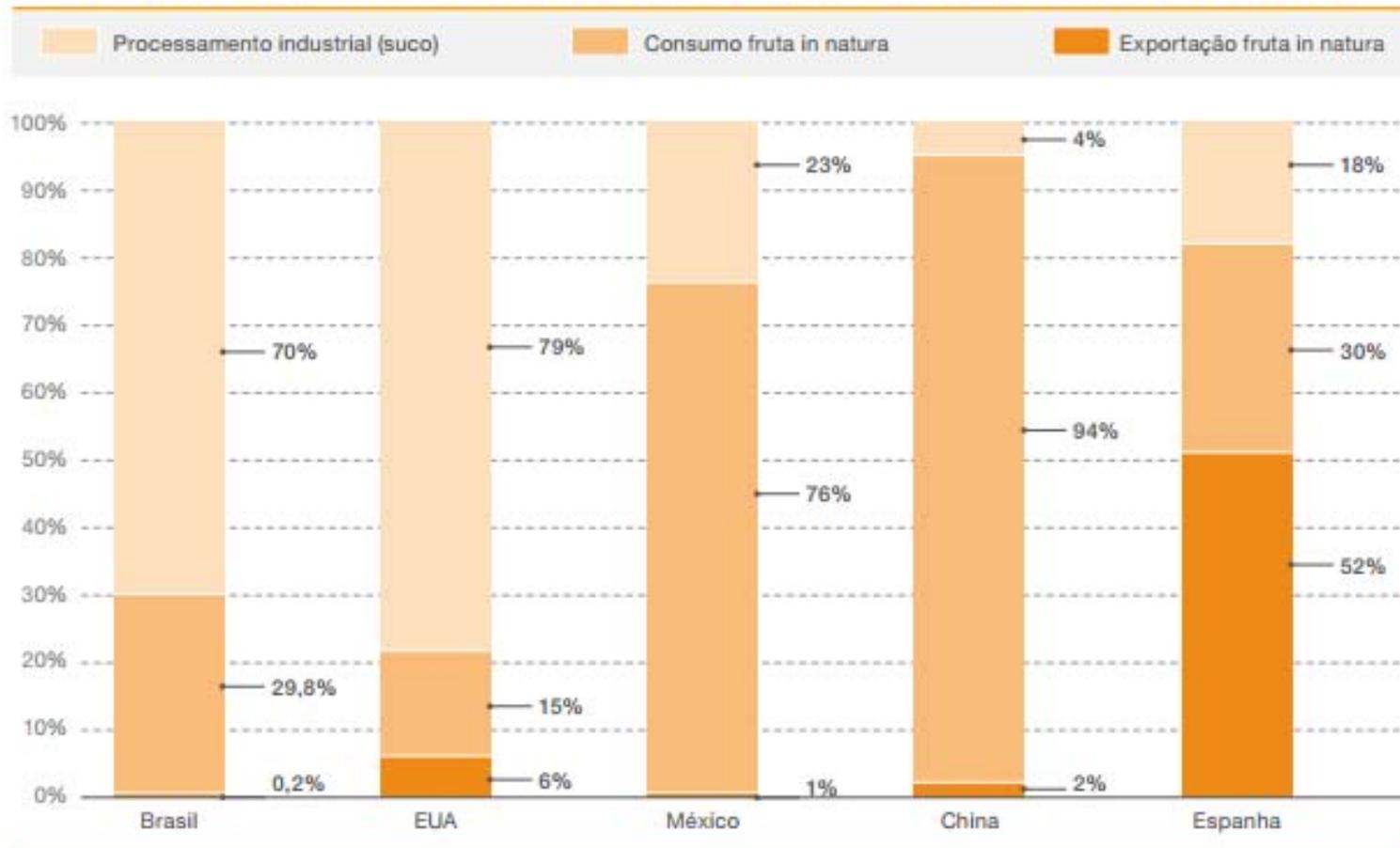
Brasil: maior produtor mundial de laranja;



Fonte: USDA

# Cultura da laranja no Brasil

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



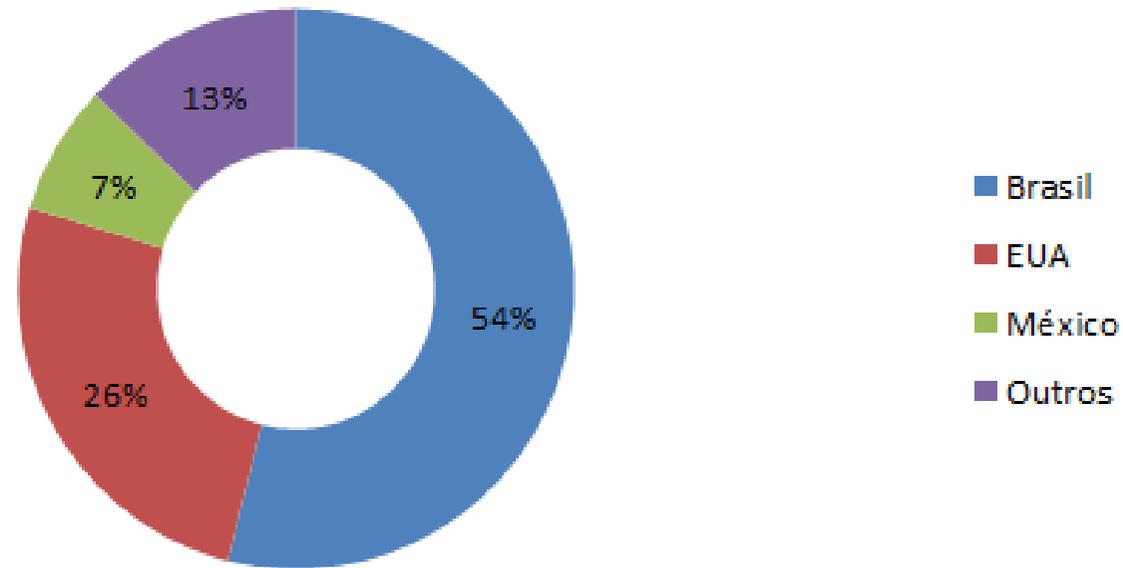
Fonte: Elaborado por Markestrat, a partir de dados do departamento de agricultura da Espanha, FAO, USDA e IBGE.



# Cultura da laranja no Brasil

Maior produtor mundial de suco de laranja, com mais da metade da produção total!

**Produção Mundial de Suco de Laranja -  
em participação %**



Fonte: USDA

# Cultura da laranja no Brasil

Mais de 90% da produção de suco é exportada.

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



Fonte: Elaborado por Markestrat a partir de CitrusBR.

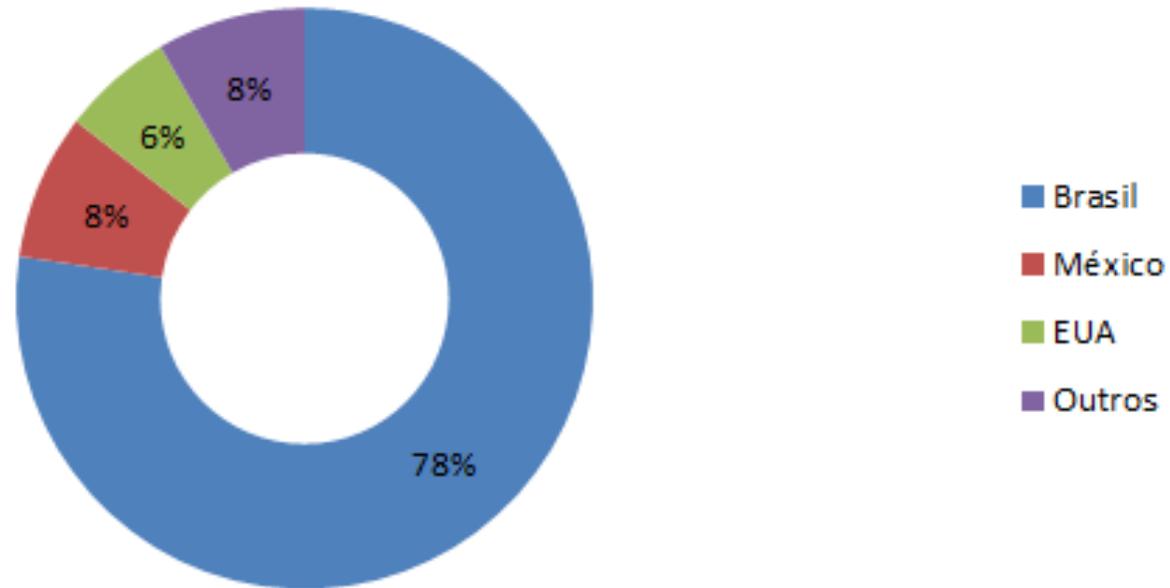


**Hortifruti** Brasil

# Cultura da laranja no Brasil

Responde por quase 80% das exportações mundiais de suco!

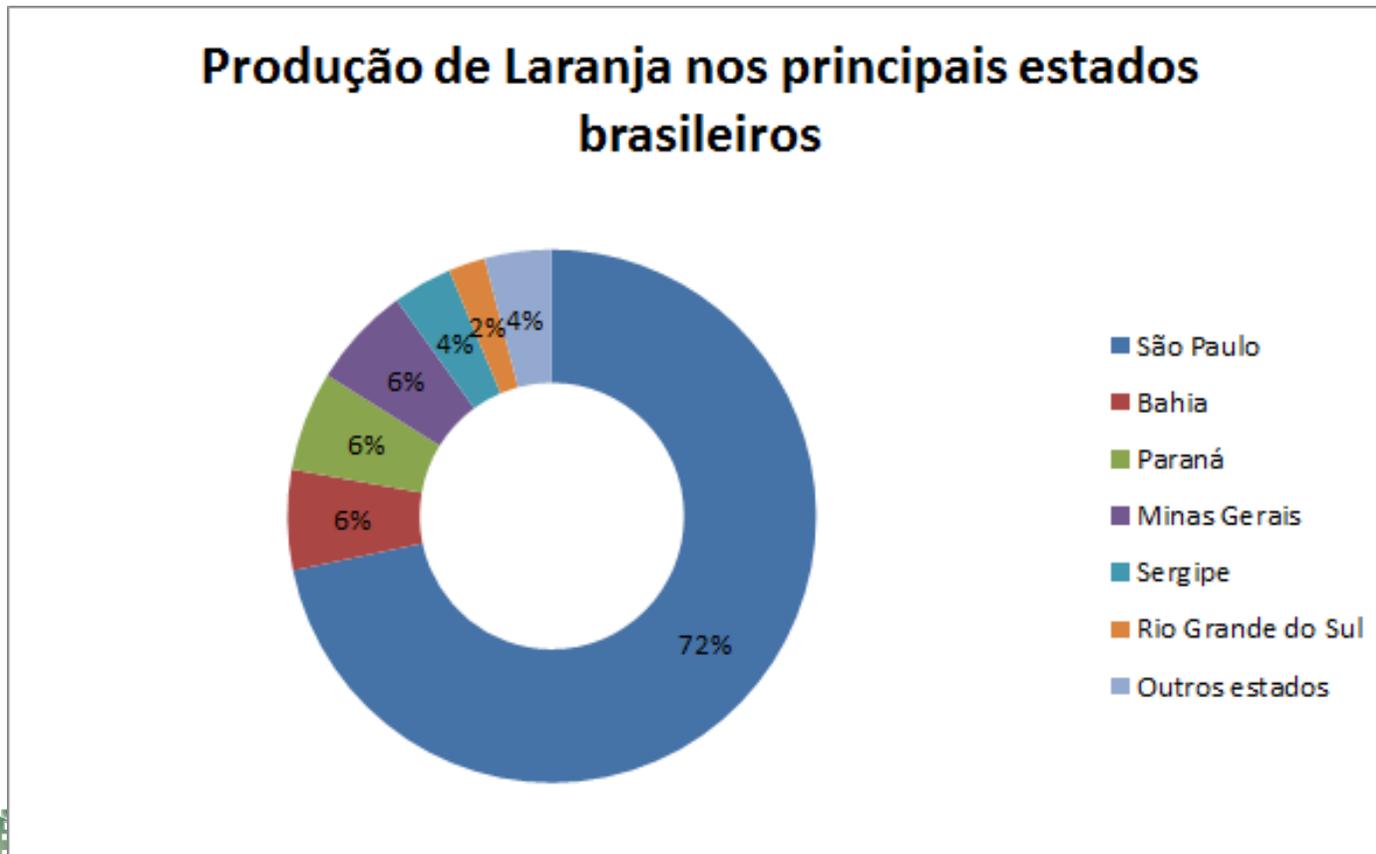
**Exportações Mundiais de Suco de Laranja - em participação %**



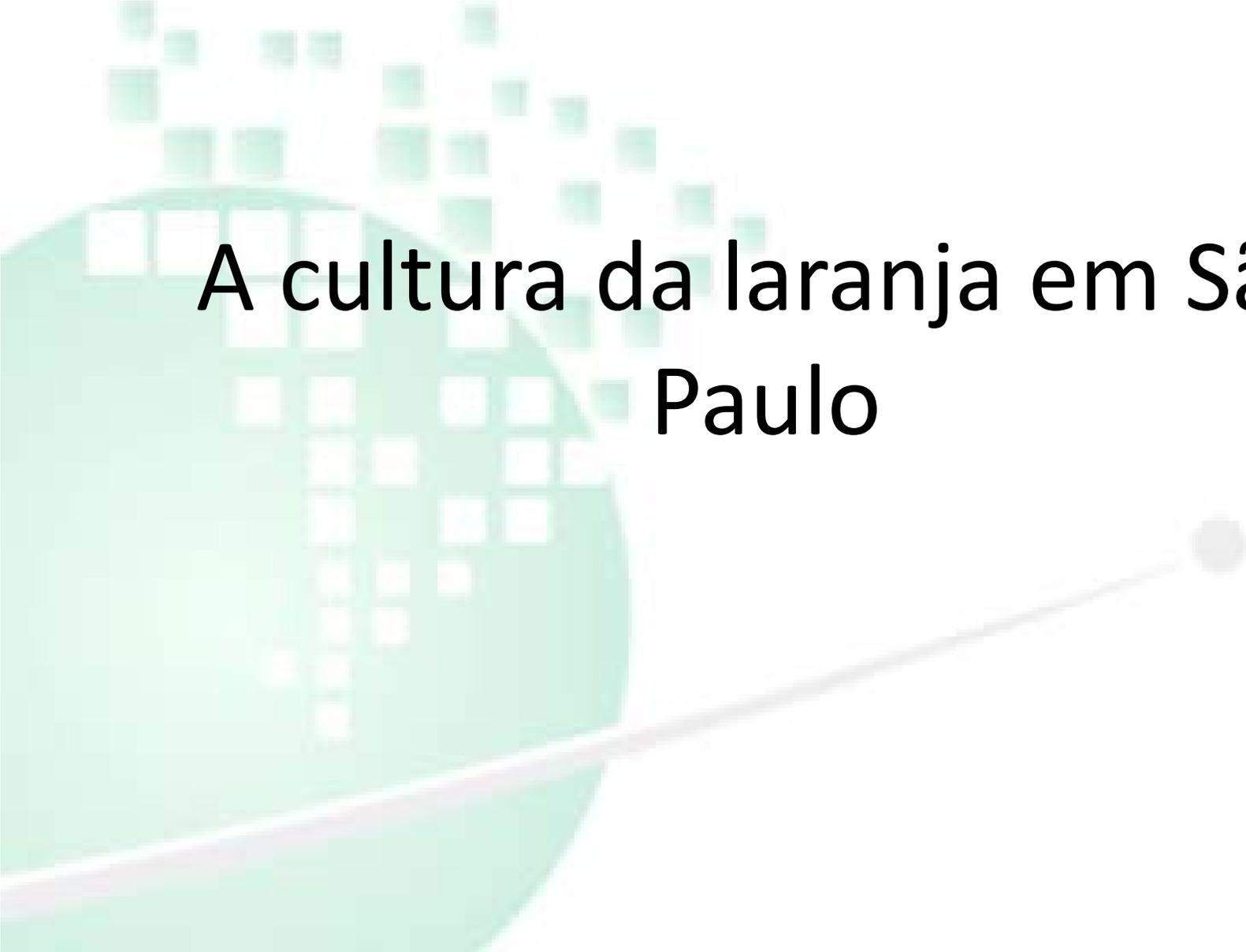
Fonte: USDA

# Cultura da laranja no Brasil

- Maior estado produtor de laranja (mais de 70% da produção nacional);



Fonte: IBGE



# A cultura da laranja em São Paulo

# Início da laranja em SP

**1963**

Instalada a primeira  
fábrica de FCOJ do  
Brasil

**1970**

Expansão dos pomares  
paulistas (indústria);  
Brasil ocupando espaço  
no mercado  
internacional

**1984**

Severa geada nos  
pomares da Flórida  
inicia fase de grande  
prosperidade da  
citricultura brasileira



# Calendário de colheita

## São Paulo e Triângulo Mineiro:

Calendário de colheita na cultura da laranja												
Variedades	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Precoces				Moderado	Intenso	Intenso	Intenso	Intenso				
Meia-estação	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Moderado	Moderado	Intenso	Intenso	Intenso	Intenso	Moderado	Moderado
Tardias	Intenso							Baixo	Moderado	Intenso	Intenso	Intenso

Legenda:

Intenso	Intenso
Moderado	Moderado
Baixo	Baixo
Entressafra	Entressafra

OBS: Laranjas precoces incluem hamlin, westin, rubi, valência americana, valência argentina e baía.

Laranjas de meia-estação: laranja pera.

Laranjas tardias: natal, valência e folha murcha.



# Cultura da laranja em SP



Fonte: Fundecitrus

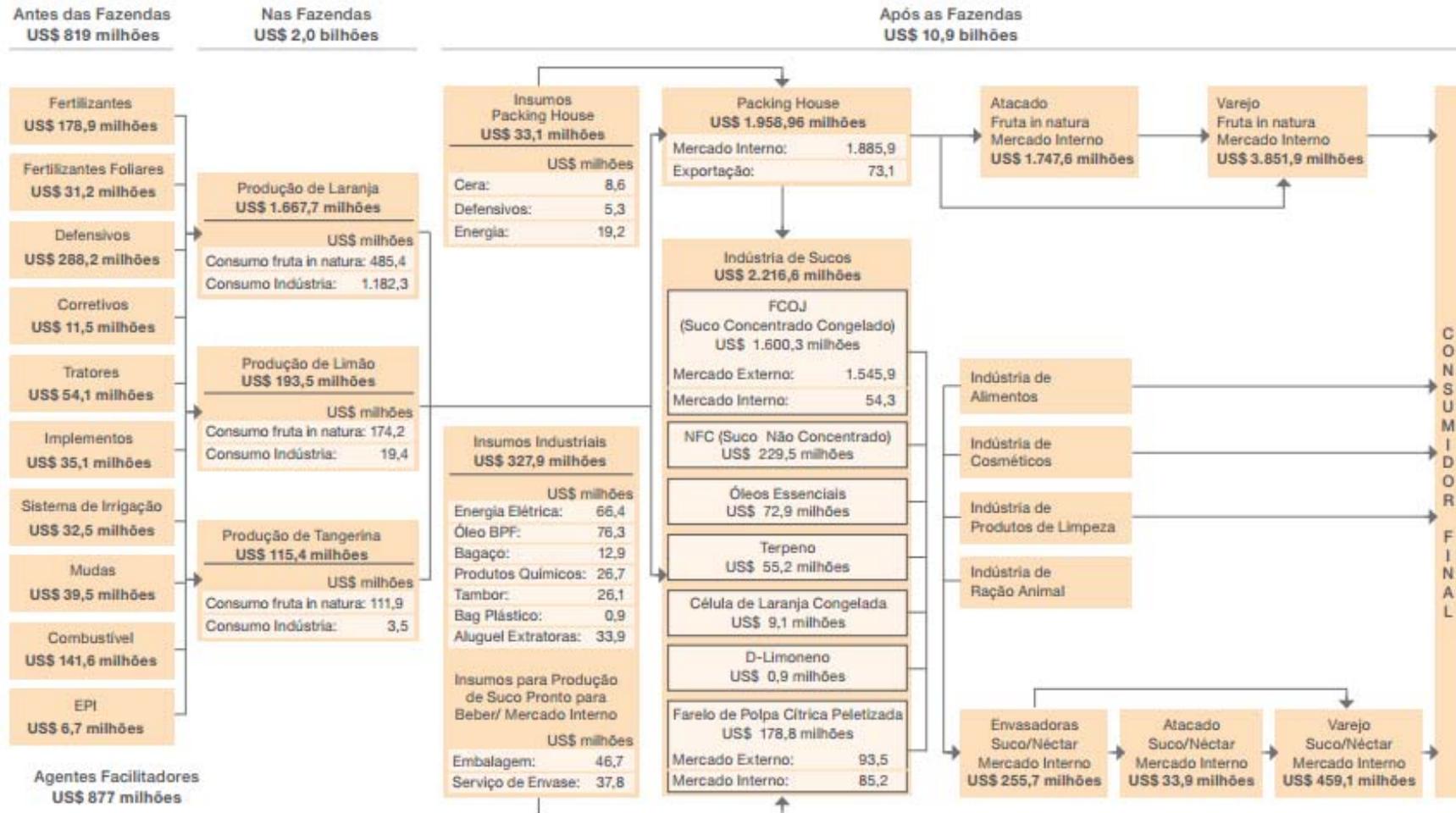
# Cultura da laranja em SP

- Mudança de padrão nos pomares:
  - Aumento do adensamento médio;
  - Aumento da utilização de irrigação;
  - Maior qualidade das mudas;
  - Migração das áreas do norte, centro e leste para a região Sudoeste (menor incidência de algumas doenças e melhor regime de chuvas).



**FIGURA 7: CADEIA PRODUTIVA DOS CITROS NO BRASIL**

PIB: 6,5 bilhões – Receita Bruta 2008/09: US\$ 14,6 bilhões



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

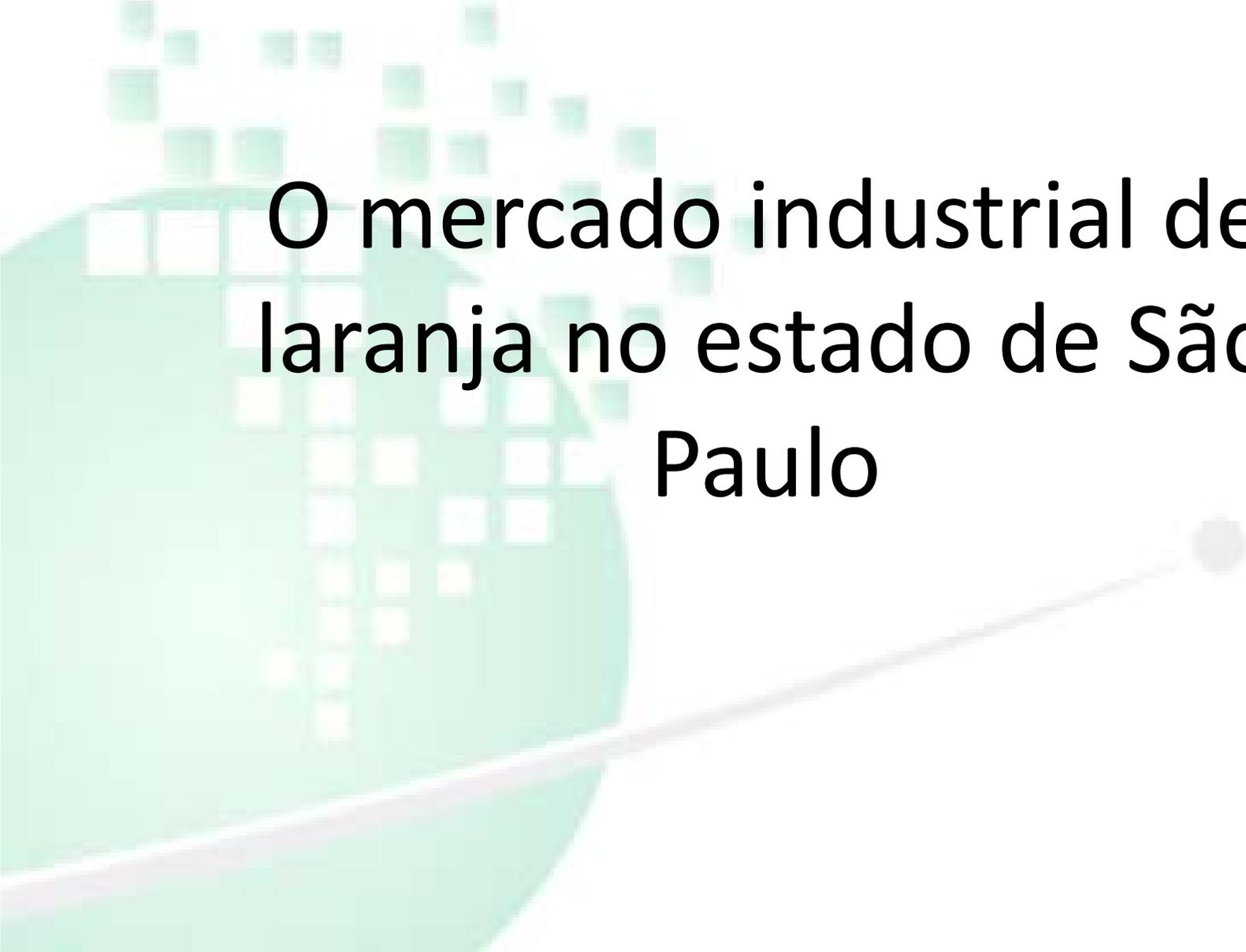
Transporte Primário – Da Fazenda ao Packing House ou à Indústria: 171,4  
 Transporte Secundário – Do Packing House ao Atacado ou Varejo: 136,8  
 Transporte Secundário – Da Indústria/PH ao Porto: 87,5

Concessionárias Rodovias: 18,3  
 Custo Portuário: 71,0  
 Diesel: 37,0

Empresas de Armazenagem de Suco: 2,9  
 Massa Salarial: 352,7  
 Impostos: 188,7

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





# O mercado industrial de laranja no estado de São Paulo

# Mercado industrial

- Apenas três grandes empresas no BR;



- Aumento das pequenas processadoras nos anos recentes;
- Mais da metade da necessidade industrial é garantida por pomares próprios e contratos de longo prazo → menor dependência do *spot*.



# Localização das indústrias

- Localização dos pomares: mais próximos às processadoras;



Pelo menos mais 20 pequenas indústrias iniciaram as atividades nos últimos 5 anos!



Fonte: Markestrat

# A indústria paulista

Formas de obtenção de matéria prima:

- 35% das necessidade industrial é abastecida por:
  - *Spot*;
  - Contratos de curto prazo;
- 65% das necessidade industrial é abastecida por:
  - Contratos de longo prazo;
  - Produção própria.



# O que se faz com a laranja?



# A indústria paulista



FCOJ (*Frozen Concentrate Orange Juice*): removida parte da água natural da fruta. É o tipo mais exportado hoje pelo Brasil, possui maior durabilidade e ocupa menor espaço de armazenamento;



NFC (*Not From Concentrate*): conhecido como suco fresco, é o suco “natural”, sem evaporação da água natural da fruta. Tem maior valor agregado, e está ganhando cada vez mais mercado. É diferente do suco reconstituído, e quando se fala em volume, não pode ser somado ao FCOJ.



# Um adendo:

## SUCOS SÃO OS QUE CONTÊM BASICAMENTE FRUTA

Porcentagem mínima de polpa/suco das principais bebidas de frutas pesquisadas pela Hortifruti Brasil, conforme previsto no Decreto nº. 6.871 de 4/6/2009

	Suco	Néctar	Refrescos	Refrigerantes
Fruta	% de polpa de fruta			
Uva	100%	30%	30%	10%
Manga	60%	40%	20%	5%
Mamão	60%	35%	20%	5%
Melão	100%	30%	20%	5%
Banana	*	30%	20%	5%
Laranja	100%	30%	30%	10%
Maçã	100%	30%	25%	5%
Frutas em geral	100%	30%	20%	até 10%

Fonte: Decreto nº. 6.871 de 4/6/2009

\* O percentual de suco de banana não está especificado na legislação e por se tratar de uma fruta tropical e viscosa, pode apresentar um potencial de suco inferior a 100% da fruta.



# Relação produtor x indústria

- Mercado industrial muito concentrado (três grandes *players*);
- Oferta de matéria prima também concentrada em grandes produtores;
- Produção própria;
- Mercado de fruta *in natura* não é grande o suficiente para absorver a produção total;
- Falta de “confiança” por parte do produtor.





# Analizando o mercado de laranja

# Principais fatores que devem ser analisados

## Produção de laranja no estado de São Paulo + TM

- É um fator determinante para que as indústrias saibam quanto de matéria prima terão disponível;
- Está ligada ao preço que pagarão ao produtor;
- Influencia o preço do suco de laranja no mercado internacional;
- Influencia os preços da laranja no mercado de mesa.



# Principais fatores que devem ser analisados

## Rendimento industrial

- Pode amenizar um cenário de baixa produção (ex: 2014/15);
- Pode amenizar um cenário de alta produção (se o rendimento for baixo);
- Pode acentuar um cenário de alta/baixa produção;
- Pode impactar nos preços recebidos pelo produtor (contratos com cláusula de rendimento).



# Principais fatores que devem ser analisados

## Produção de laranja na Flórida:

- É o segundo maior produtor de suco de laranja, e segundo maior importador de suco do BR;
- Influencia na oferta mundial de suco de laranja e, conseqüentemente, nos preços da *commodity*;
- Influencia na demanda dos EUA por suco brasileiro.



# Principais fatores que devem ser analisados

## Estoques de suco na FL:

- Influencia na demanda dos EUA por suco brasileiro;
- Influencia nos preços do suco de laranja;
- Ameniza/acentua os efeitos de uma safra maior/menor de laranja.



# Principais fatores que devem ser analisados

## Preço do suco de laranja:

- Influencia nos preços recebidos pelos produtores (em alguns casos);
- Influencia na rentabilidade das indústrias;
- Influencia no consumo de suco de laranja.



# Principais fatores que devem ser analisados

## Dólar:

- Influencia nos preços recebidos pelos produtores (em alguns casos);
- Influencia na rentabilidade das indústrias (pode amenizar os efeitos da queda nos preços em dólar do suco de laranja);
- Influencia nos custos de produção (pomar e industrial).



# Principais fatores que devem ser analisados

## Consumo/exportações brasileiras

- Influencia diretamente os preços do suco de laranja;
- Pode influenciar os preços recebidos pelo produtor;
- Pode influenciar na demanda das indústrias por matéria-prima;
- Influencia nos estoques.



# Principais fatores que devem ser analisados

## Estoques de suco no BR

- Pode ser considerado o principal fator de influência no mercado nacional;
- Pode amenizar um cenário de baixa/alta produção de laranja;
- Pode amenizar um cenário de baixo/alto rendimento;
- Pode amenizar um cenário de baixa demanda;
- Influencia diretamente nos preços recebidos pelo produtor e nos preços do suco de laranja.



# Desafios para a citricultura paulista

*Greening;*

Climático;

Necessidade de diversificação;

Gestão dos custos de produção;

Ambiente de negócios.



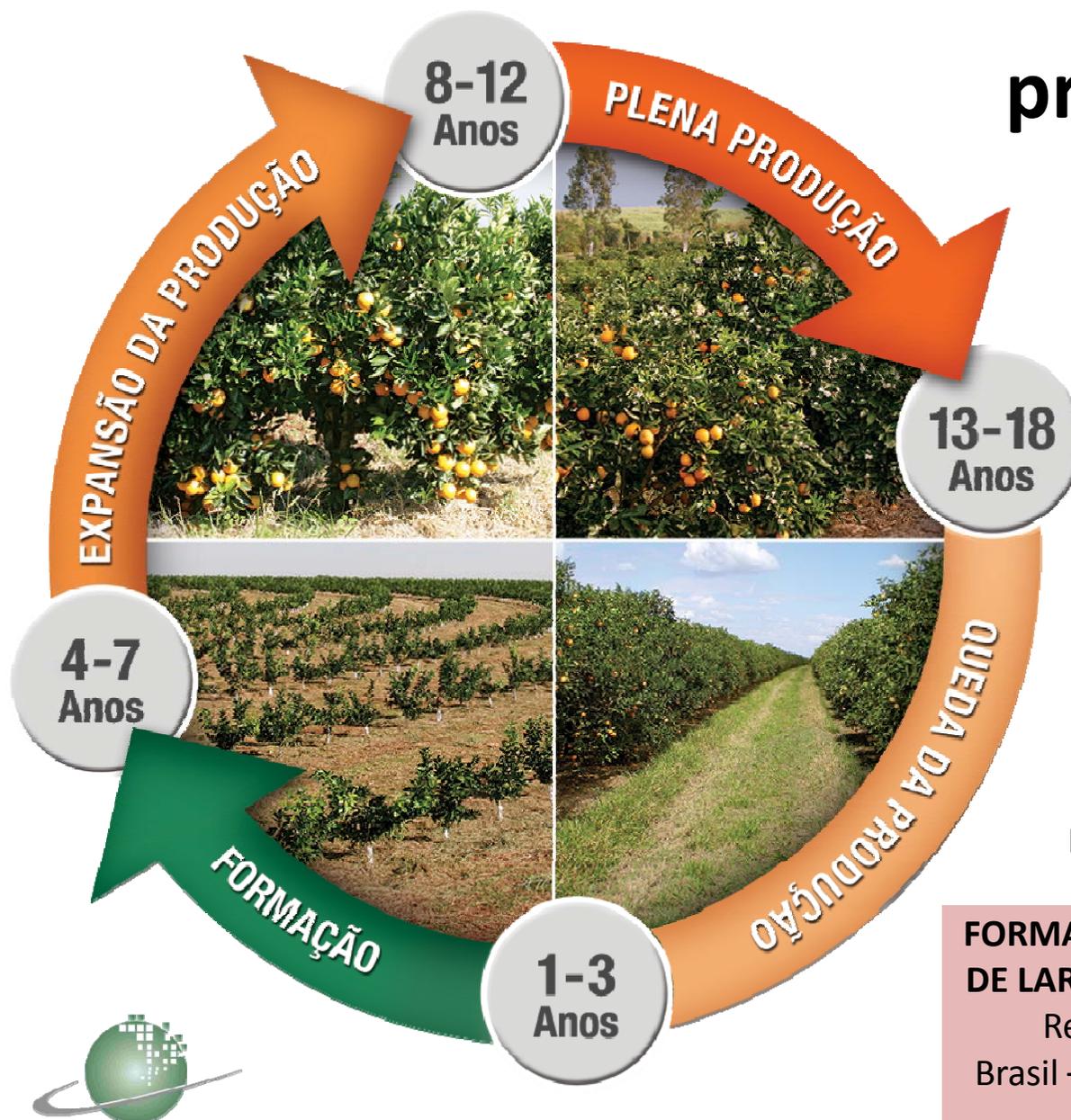


USP

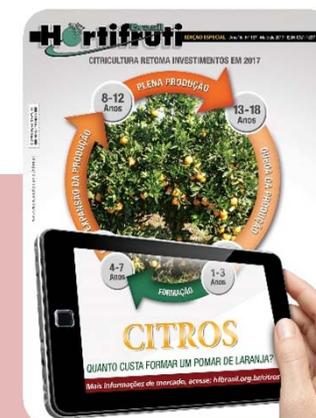
## APRESENTAÇÃO:

- Qual é o perfil dos pomares de hoje?
- Cenário 2016 – 2017
  - Produção
  - Estoques
  - Preços
- Análise de Investimento
- Considerações Gerais

# Citricultura: projeto de longo prazo



**INFORMAÇÕES  
SOBRE COMO  
FORMAR UM POMAR  
DE LARANJA, ACESSE:**  
Revista Hortifruti  
Brasil – maio de 2017  
[hfbrasil.org.br](http://hfbrasil.org.br)





## QUAL É O PERFIL DOS POMARES DE LARANJA?

**PERFIL ATUAL DA CITRICULTURA: ÁREA MENOR, MAIS ADENSADA E DE ÁRVORES COM DURAÇÃO REDUZIDA**

Fonte: PES – Fundecitrus - 2017



# PERFIL ATUAL DA CITRICULTURA: ÁREA MENOR, MAIS ADENSADA E ÁRVORES COM DURAÇÃO REDUZIDA

Área continua caindo em São Paulo e no Triângulo Mineiro

## Área total:

2015: 430.622

2017: 402.566 hectares.

Setor reduziu investimentos em novos pomares

## Plantas novas:

2016: 23,7 milhões

2015: 16,9 milhões de árvores

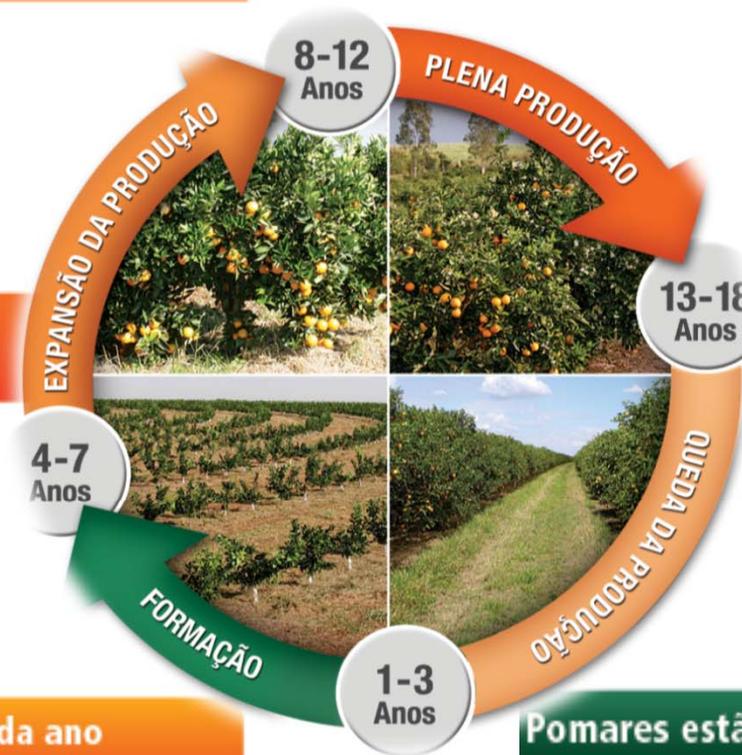
Concentração da produção cresce a cada ano

- Metades das **7.588 propriedades** tem até 10 mil plantas
- 158 propriedades (> 200 mil pl): 49% do total de árvores

Grupo das tardias domina o total de plantas

## COMPOSIÇÃO DOS POMARES

- Tardias: 45% do total de plantas
- Meia-estação: 35%
- Precoces: 20%.

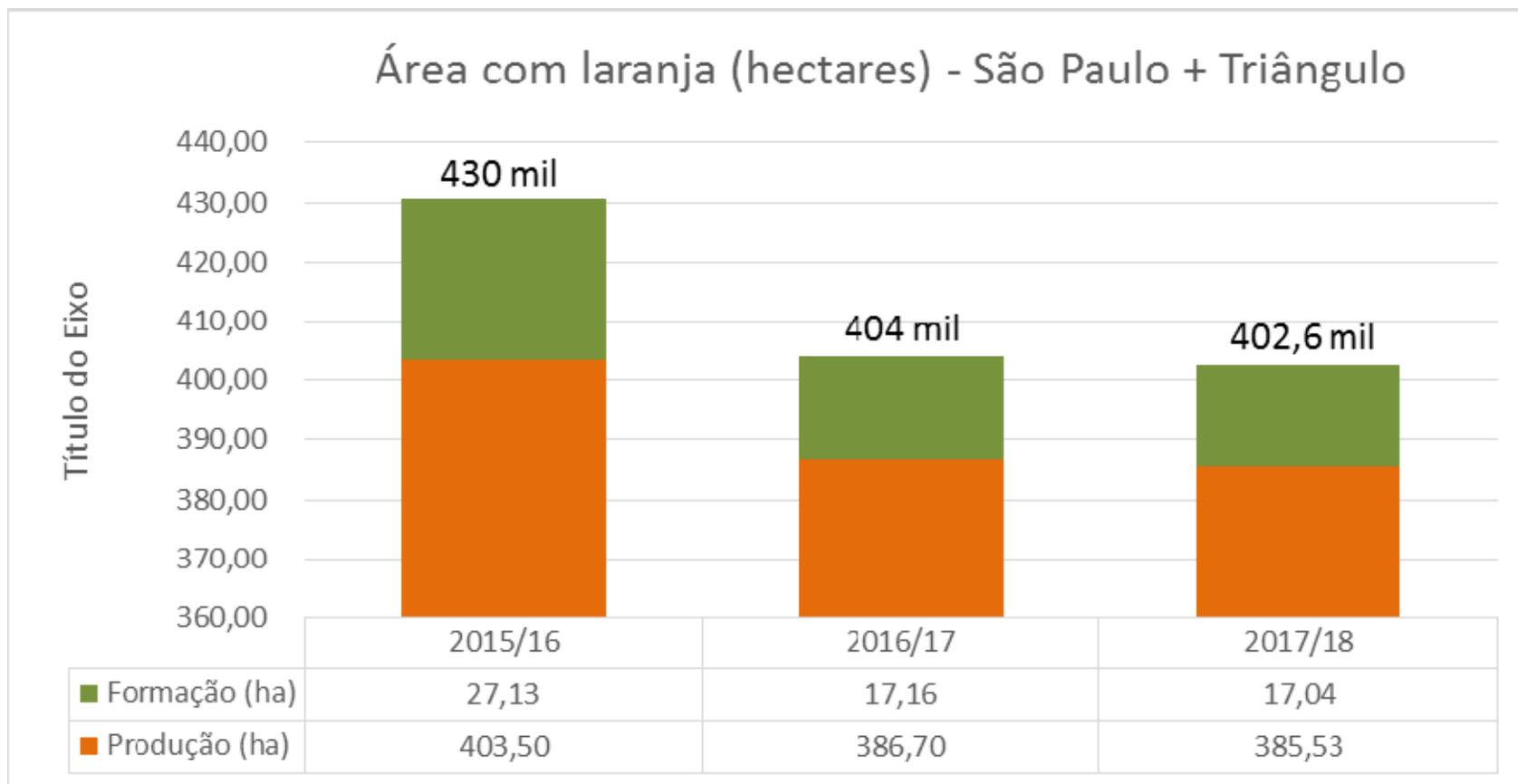


Pomares estão cada vez mais adensados

- **Duração:** 18 anos (91% das plantas)
- **Adensamento:** 687 plantas por ha (adensamento de pomares novos)

. Dados básicos: PES - Fundecitrus (2015-2016-2017)

## Cai a área com laranja (em hectai



- A citricultura tem diminuído de tamanho (em área) nos últimos anos. Desde o início do inventário do Fundecitrus, em 2015, a área passou de 430.622 para 402.566 hectares em 2017.
- A recente crise de preços (2012-2015) aliada à maior dispersão do HLB (greening) são algumas justificativas para a redução da área cultivada.



# Cai o ritmo de redução de área

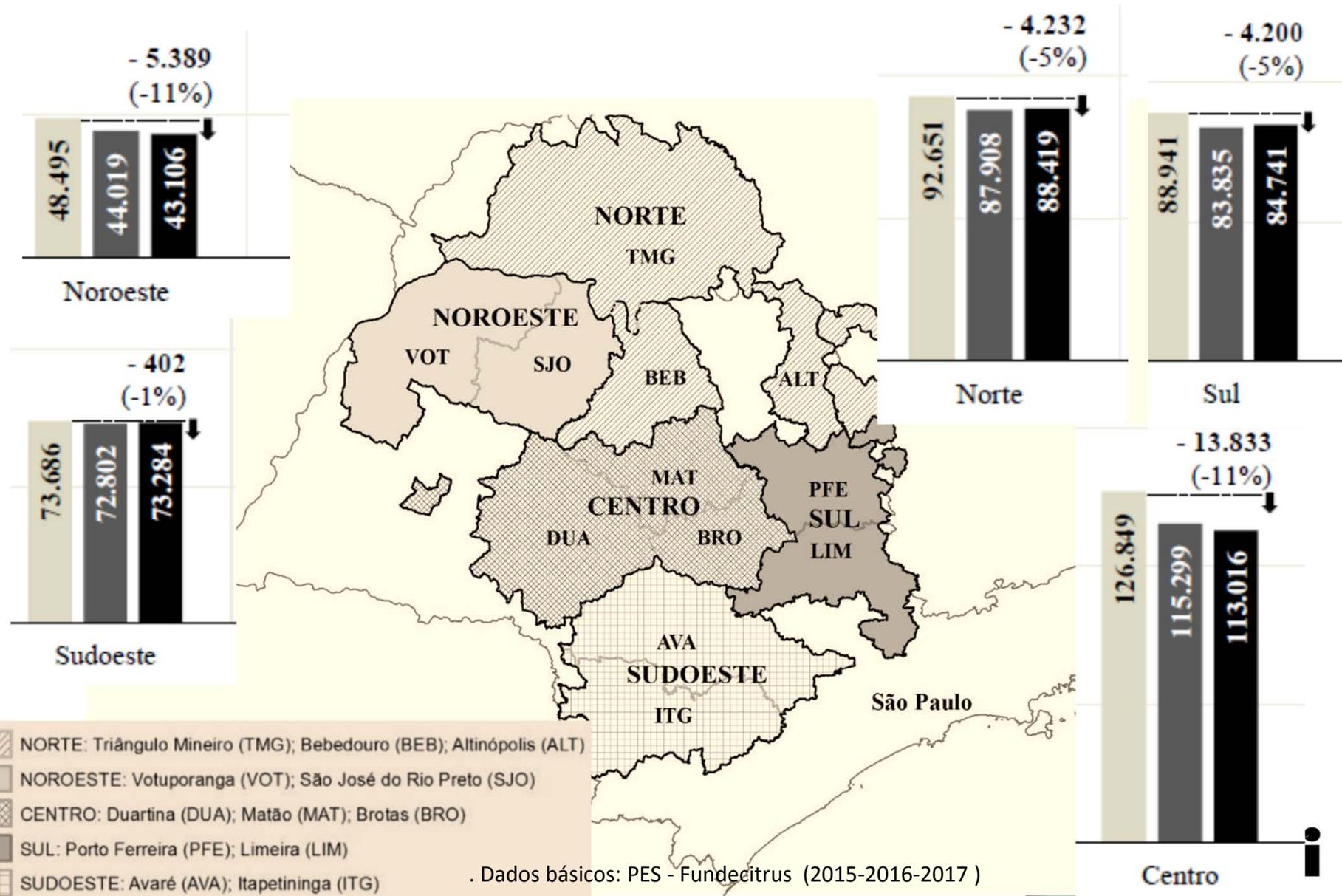
		Alteração em relação ao inventário anterior - em hectares		
Inventário	Área total (ha)	Novos Pomares	Perda de Pomares	Variação frente ao ano anterior
2016	403.863	8.565,00	35.324,00	- 26.759,00
2017	402.566	8.476,00	9.773,00	- 1.297,00

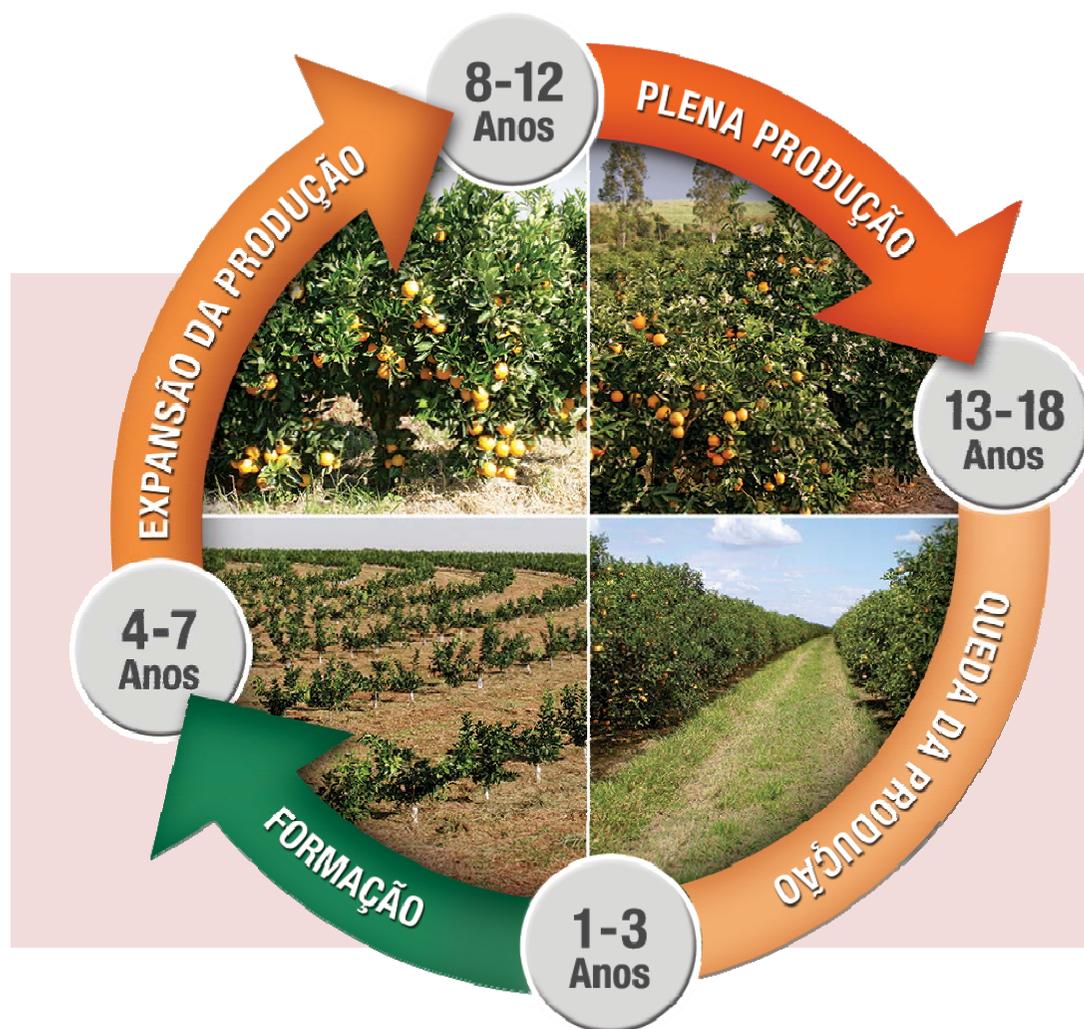
- No entanto, as estatísticas de área total de 2017 quando comparadas com as de 2016 revelam que o ritmo de redução de área caiu no último ano por conta da reforma dos pomares, impulsionada pela elevação dos preços no período.



# Onde encontra-se o cinturão citrícola?

■ Inventário 2015 ■ Inventário 2016 ■ Inventário 2017 Variação entre 2015 e 2017





**INFORMAÇÕES  
SOBRE COMO  
FORMAR UM POMAR  
DE LARANJA, ACESSE:  
Revista Hortifruti  
Brasil – maio de 2017:  
[hfbrasil.org.br](http://hfbrasil.org.br)**



**Citricultura: projeto  
de longo prazo**

# Principais *drivers* importantes para se investir na citricultura

## Cinco variáveis são importantes para a análise de investimento em laranja:

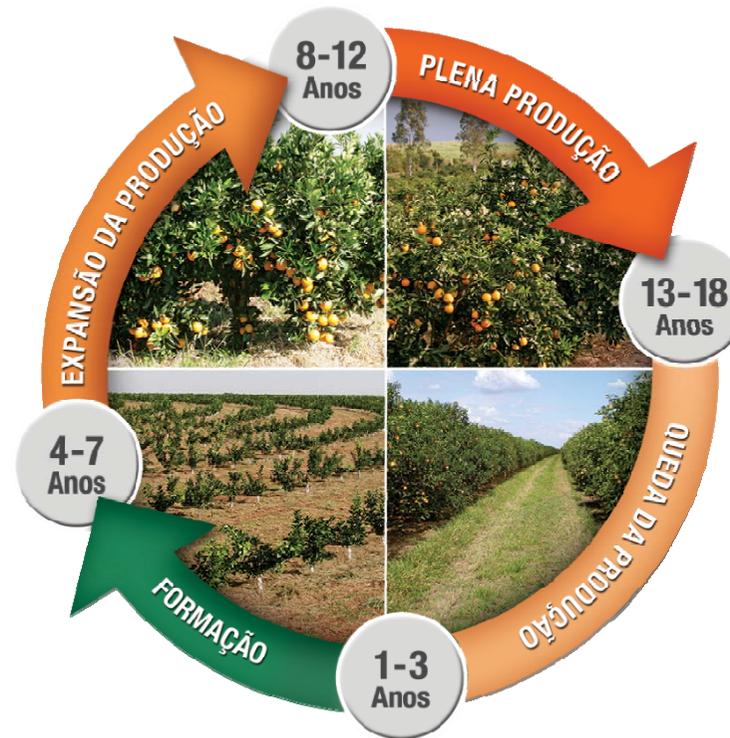
- **Montante investido no pomar:** o maior investimento é a formação e o seu retorno é no longo prazo (projeto de 18 anos)
- **Preço de venda da laranja:** mais estável melhor
- **Custo de produção:** a elevada produtividade e um manejo intensivo é essencial
- **Taxa de replantio/erradicação:** é um custo elevado, especialmente, em produção, o ideal é ir até um determinado ano replantando e depois somente erradicando. Ainda é mais barato a pulverização do que o replantio.
- **Curva de produtividade:** o ideal é uma curva de produtividade que permita um rápido retorno do investimento.



# O que é importante?

- A análise de viabilidade da citricultura é um exercício complexo de avaliar diversas variáveis de difícil estimativa. No entanto, é importante entender os principais *drivers* que afetam o investimento citrícola e, de preferência, já se precaver sobre o impacto dessas variáveis.
- Nos últimos anos, com a crescente dispersão de HLB (*greening*) nos pomares citrícolas, os riscos de não se obter o retorno esperado com o investimento na atividade se tornaram muito maiores. O *greening* está mudando a forma de maneja e gerenciar as propriedades.
- E é importante ter um retorno alto (acima do mercado financeiro) para cobrir todos os riscos.





Citricultura: projeto de longo prazo  
 “Quanto maior o tempo de retorno do investimento, mais difícil fica garantir que as condições de mercado permaneçam atraentes” (Revista Hortifruti Brasil – nº 197/2017)

# PRINCIPAIS RISCOS INERENTES À CULTURA DE CITROS

*Principais pontos que podem comprometer a rentabilidade esperada no longo prazo na cultura:*

- **Produção ao longo da vida útil:** as oscilações climáticas e o “manejo inadequado” impactam diretamente a curva de produtividade. Outro fator de risco que pode afetar a produtividade e a longevidade do pomar é a crescente dispersão do HLB nos pomares citrícolas.
- **Efeito HLB:** com a crescente dispersão de HLB pomares citrícolas, os riscos de não se obter o retorno esperado com o investimento na atividade se tornaram muito maiores no médio prazo. Além disso, o HLB também altera o modelo de projeto de investimento dos pomares, para conseguir extrair uma produtividade maior, num menor tempo possível.
- **Preço da laranja destinada à indústria:** é importante ter uma garantia de preço estável e remunerador. No entanto, um projeto de 18 anos é muito difícil obter tal garantia, mesmo os que fecham contratos de longo prazo com a indústria. Mesmo assim, os contratos de longo prazo são menos arriscados do que negociam ano a ano com base no mercado *spot*. Entre 2000 e 2016, o grau de dispersão dos preços no mercado *spot* apurados pelo Cepea foi na ordem de 50% (em valores reais);
- **Mudanças macroeconômicas:** prever o comportamento da economia brasileira num prazo de 18 anos também não é uma tarefa fácil. Um projeto de 18 anos deve ter influencias econômicas importantes com as flutuações na taxa de câmbio, juros e inflação.



# Mercado de mesa



Preços ainda são influenciados pela demanda industrial



Quanto menor a demanda da indústria, mais produtores colocando frutas no mercado de mesa



Produtores especializados em frutas de mercado tendem a ter melhor escoamento



Frutas de melhor qualidade costumam ser mais valorizadas, além de conseguir mais espaço no mercado



Oportunidade: venda direta ao supermercado



Os preços podem não ser superiores, mas a garantia da venda permite melhor planejamento do fluxo de caixa.

# Mercado de mesa

- Em períodos de elevada oferta na indústria, é possível que alguns produtores de fruta para processamento desviem as melhores laranjas para a mesa, ou vice-versa;
- 2016: primeira vez que os preços subiram de abril para maio;
- Preços estão altos mesmo durante a safra.



Fonte: Cepea



# O PREÇO NEM SEMPRE É O MELHOR ALOCADOR DE RECURSOS

EXEMPLO: MERCADO DE FRUTAS E  
HORTALIÇAS

POSIÇÃO DOMINANTE: MERCADO  
PRÓXIMO A ESTRUTURA COMPETITIVA



**SUSTENTABILIDADE: BOAS PRÁTICAS AGRÍCOLAS:  
COMO LEVAR ALIMENTOS MAIS SEGUROS E DE MELHOR  
QUALIDADE AO CONSUMIDOR BRASILEIRO?  
*Maior coordenação e integração da cadeia  
A estrutura preço não está funcionando....***



Propriedade



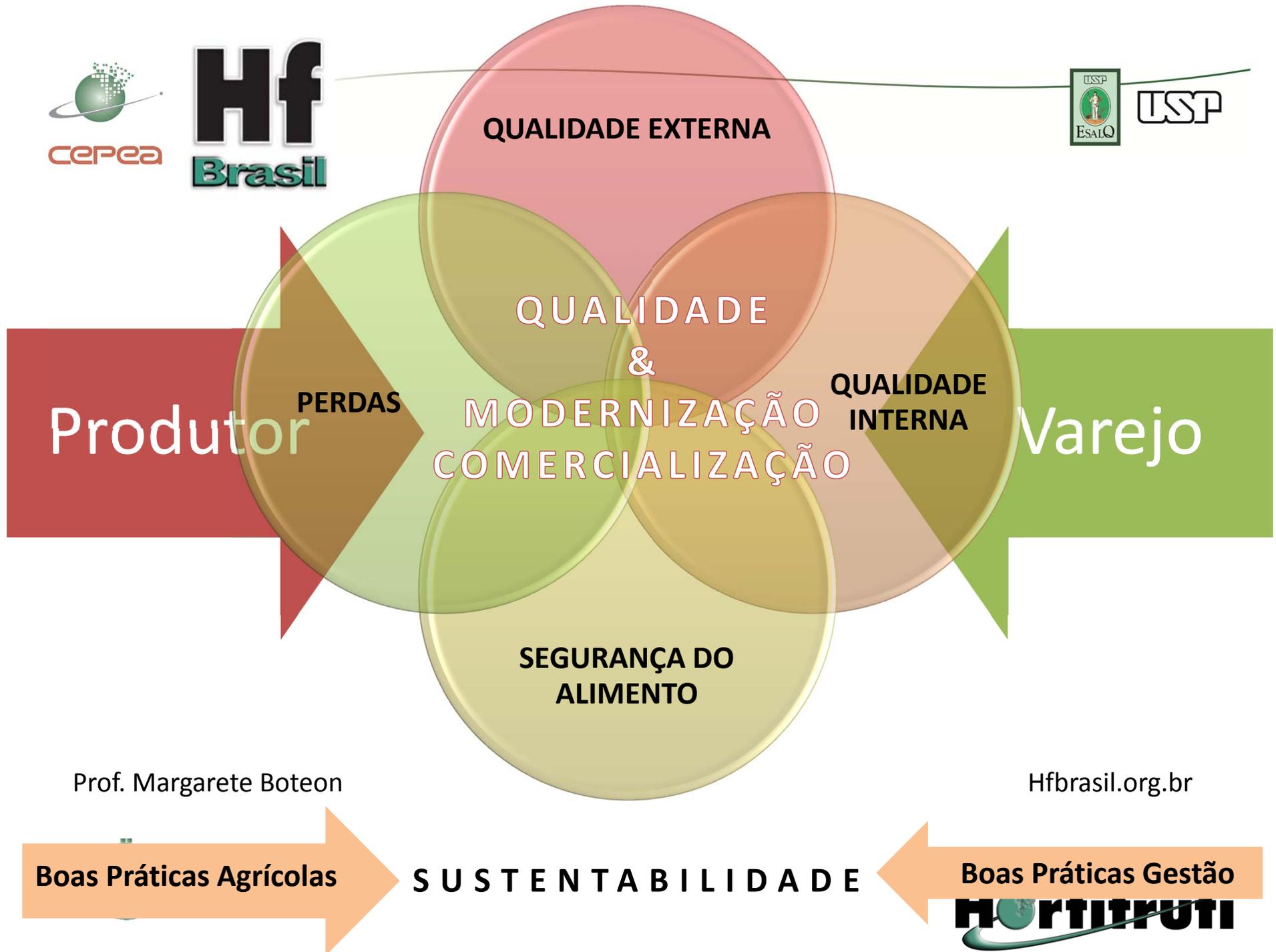
Distribuição



Consumidor



USP



Prof. Margarete Boteon

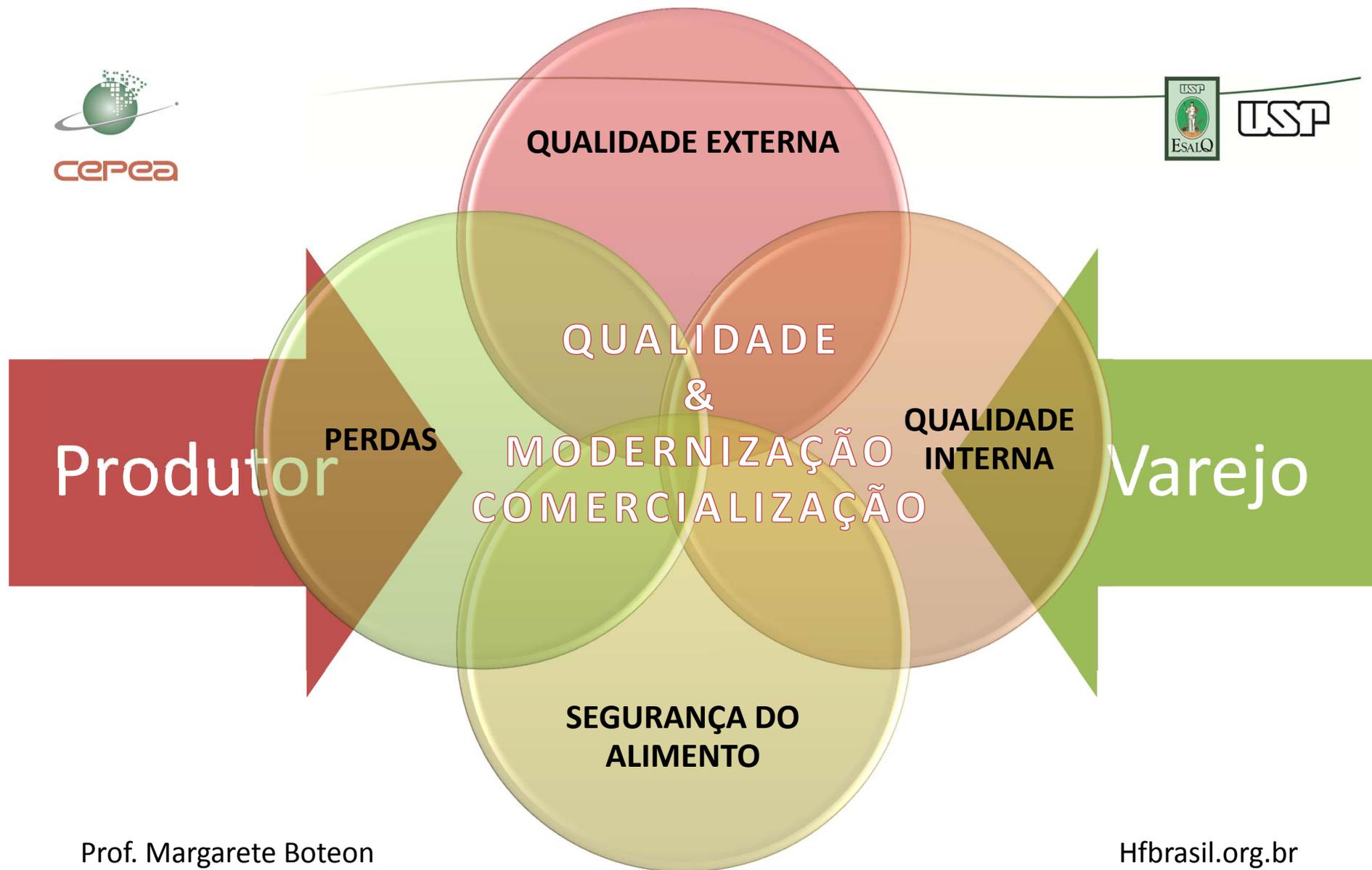
Hfbrasil.org.br

Boas Práticas Agrícolas

SUSTENTABILIDADE

Boas Práticas Gestão





Prof. Margarete Boteon

Hfbrasil.org.br

Boas Práticas Agrícolas

S U S T E N T A B I L I D A D E

Boas Práticas Gestão





USP

Sustentabilidade

Lucratividade

Segurança do Alimento

Aspectos Sociais

Meio Ambiente

Rentabilidade

Riscos



Boas Práticas Agrícolas

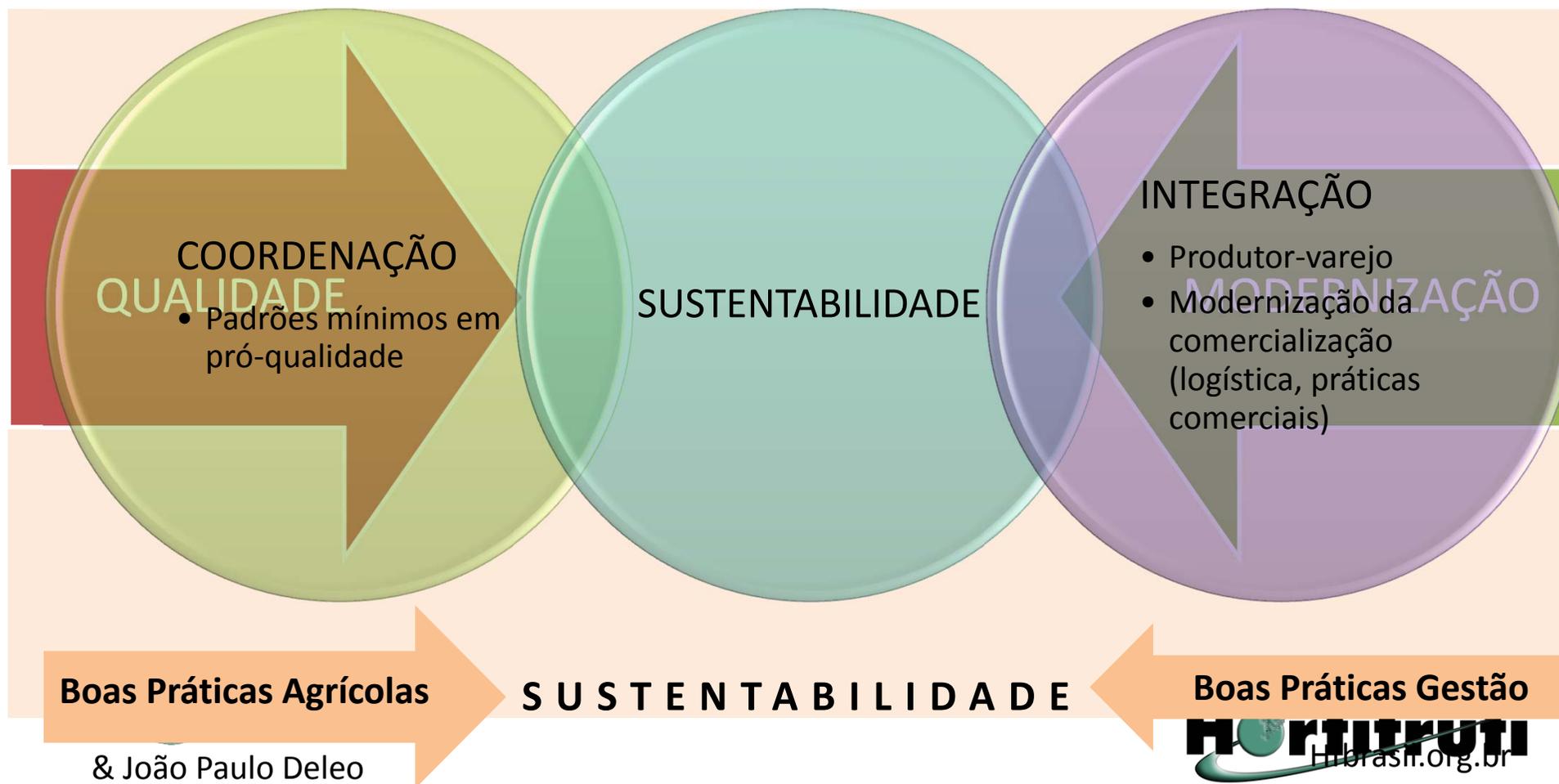
SUSTENTABILIDADE



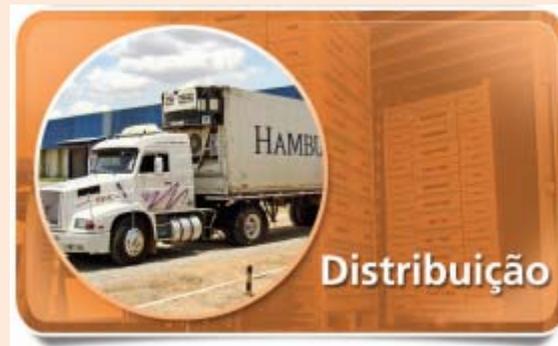
Boas Práticas Gestão



## SINERGIA: SUSTENTABILIDADE + INTEGRAÇÃO



## INTEGRAÇÃO



## COORDENAÇÃO

A falta de **coordenação** das iniciativas/projetos entre os elos da cadeia e um projeto mais amplo em pró da **modernização** limitam os benefícios em melhorar a qualidade (qualidade & segurança) para o setor como um todo.

# MANUSEIO MÍNIMO + BOAS PRÁTICAS AGRÍCOLAS: UMA FORMA DE INTEGRAÇÃO

Prof. Margarete Boteon – hfbrasil.org.br



**Muitos intermediários e o produto é reembalado/manuseado após a colheita, reduzindo a qualidade e ampliando as perdas**



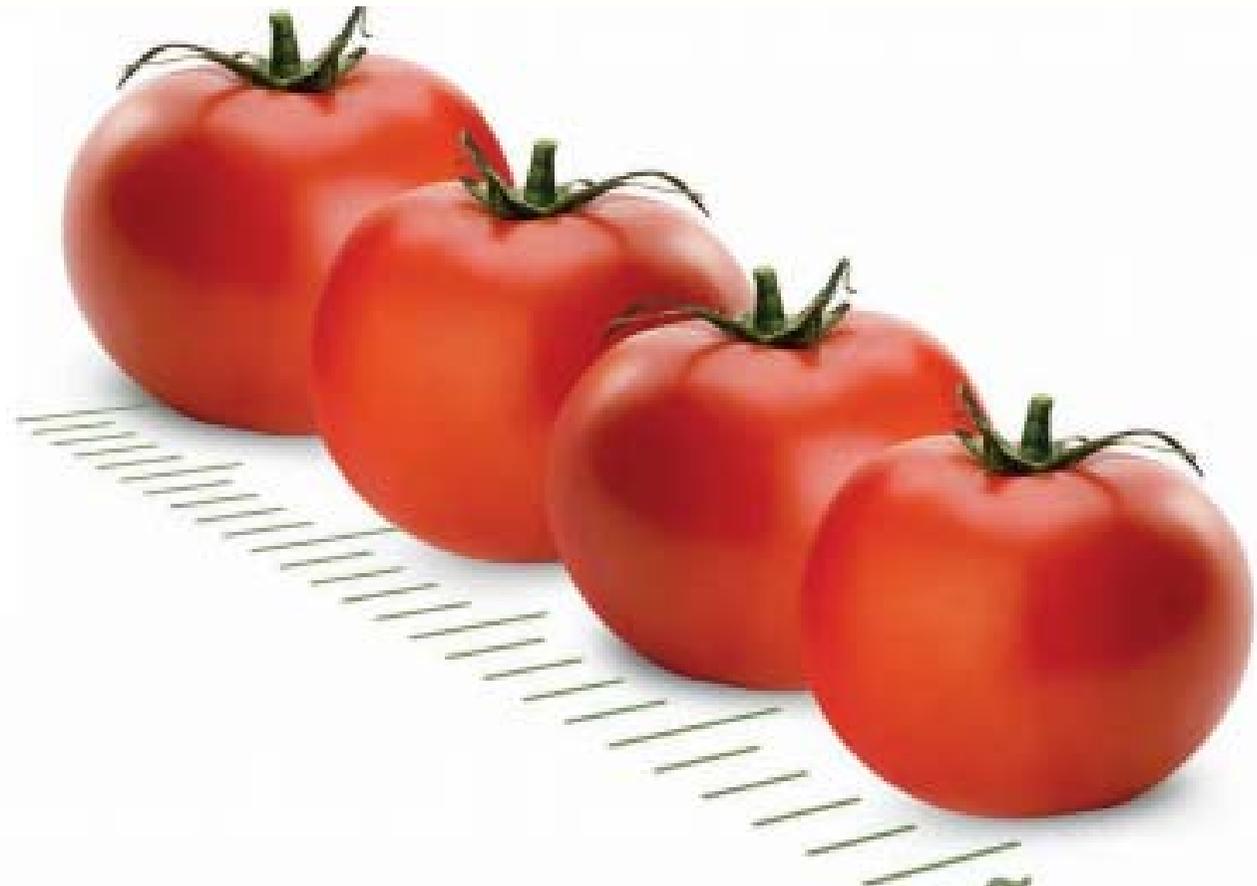
**Setor mais integrado com o varejo. O produto depois de embalado na origem não é manuseado .**



**Hf**  
**Brasil**



**USP**



# PADRONIZAÇÃO DOS HFS

Passou da hora do setor "falar" uma linguagem única!

Prof. Margarete Boteon – hfbrasil.org.br



## "PADRÃO DE MERCADO" PRECISA ALCANÇAR A "EXCELÊNCIA"



### INFERIOR

Não há uma aferição do peso do produto no campo

### RAZOÁVEL

O produto já chega no atacado classificado

### BOM

O produto segue boa parte das normas oficiais de padronização

### EXCELENTE

O setor avançou além das normas oficiais, como nível mínimo de maturação (%brix) para comercialização





**Hf**  
Brasil



USP

## LINGUAGEM ÚNICA



### PESO

#### **“Não consigo medir corretamente o volume de vendas”:**

Com o dinamismo do mercado e a alta perecibilidade e fragilidade de certos produtos, alguns produtores acabam vendendo a granel ou mesmo em caixas, mas sem pesar a carga. Apesar dos avanços neste quesito, muitos ainda avaliam o peso de forma subjetiva (“no olho”), o que pode gerar distorções no mercado e menor lucratividade ao produtor.



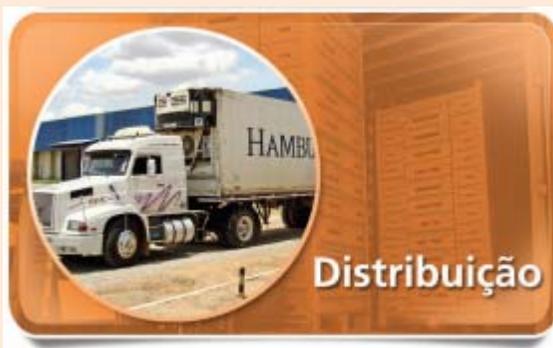
### MATURAÇÃO

#### **“Colher fruta verde atrapalha as vendas”:**

Esta frase é muito ouvida no setor de HF. Há casos em que alguns produtores iniciam a colheita antes do período ideal de maturação da cultura, na tentativa de aproveitar um elevado patamar de preço. No entanto, isso é uma visão imediatista, já que, no médio prazo, a região e/ou o produtor pode ter seu produto desvalorizado justamente por colhê-lo antes da maturação ideal. O erro muitas vezes também é do comprador, que estimula essa prática, mesmo sabendo dos prejuízos futuros que pode acarretar.

## INTEGRAÇÃO

Apesar de necessária a padronização, por si só, está muito aquém dos anseios do consumidor quanto à qualidade no conceito expandido. Precisamos avançar mais, para isso, só é possível com uma INTEGRAÇÃO maior entre o produtor e o varejo.



## COORDENAÇÃO

## CONVENCIONAL



Muitos intermediários e o produto é reembalado/manuseado após a colheita, reduzindo a qualidade e ampliando as perdas

## MANUSEIO MÍNIMO



Setor mais integrado com o varejo. O produto depois de embalado na origem não é manuseado .



**Hf**  
**Brasil**

**Porque o manuseio mínimo pode integrar a cadeia e fornecer um produto de qualidade?**

- **Esse sistema permite estabelecer com exatidão o trajeto do produto desde a produção agrícola até o consumidor final. O conceito é saber de onde veio o alimento, conhecer todo o processo produtivo e visualizar cada ponto de passagem até a ponta final.**

Prof. Margarete Boteon – hfbrasil.org.br



Foto: ABPO



Foto: ABPO

## A RESPONSABILIDADE PELA REDUÇÃO DAS PERDAS É DE TODA A CADEIA

*O manuseio mínimo só será bem-sucedido se todos os elos da cadeia assumirem suas responsabilidades de acondicionamento correto do produto*

### PRODUÇÃO

1

A qualidade é definida durante o plantio e manejo dos hortifrutis na lavoura. Após a colheita, a responsabilidade dos demais agentes é manter essa qualidade. Assim, cabe ao produtor utilizar as técnicas agrônômicas mais adequadas e, de preferência, adotar a Produção Integrada de hortifrutis para garantir a segurança do produto ao consumidor.



### COLHEITA

2

Na roça, a caixa deve conter o suficiente em volume para não depreciar a qualidade do produto.



### BENEFICIADOR

3

As casas de beneficiamento, as *packing houses*, próximos ao local de colheita contribuem para o sucesso do beneficiamento adequado do produto para os compradores. Em se tratando de manuseio mínimo, eles são os principais parceiros do produtor para o correto acondicionamento da fruta até o consumidor final.



# A RESPONSABILIDADE PELA REDUÇÃO DAS PERDAS É DE TODA A CADEIA

*O manuseio mínimo só será bem-sucedido se todos os elos da cadeia assumirem suas responsabilidades de acondicionamento correto do produto*

## LOGÍSTICA

4

O transporte deve ser, de preferência, a frio. Caminhões com lona podem depreciar o produto em trajetos longos, arruinando todos os esforços realizados até então.



## ATACADO

5

É um elo importante entre o fornecedor de frutas e o varejo, principalmente para o comércio de pequena escala como varejões, feiras livres e supermercados. Assim, o sistema de manuseio mínimo é uma estratégia de agregação de serviço para o atacadista das Centrais de Abastecimento – que estão perdendo espaço para as grandes redes de supermercados

que já compram o produto embalado diretamente do produtor ou do beneficiador. Os atacadistas podem realizar parcerias para beneficiar o produto na origem e distribuí-lo já embalado para o varejo.



## VAREJO

6

A Associação Brasileira de Papelão Ondulado, com o apoio técnico do Centro de Qualidade da Ceagesp, preparou um manual para os varejistas com base no manuseio mínimo (disponível em [www.hortibrasil.org.br/fotonov/artigos/manuseio.pdf](http://www.hortibrasil.org.br/fotonov/artigos/manuseio.pdf)). A seguir, algumas dessas recomendações que visam garantir a qualidade dos hortifrutícolas:

▶ O empilhamento do produto na gôndola deve ser proibido. O ideal é expor a caixa do produtor na gôndola e, de pre-

ferência, em lotes homogêneos de modo que o consumidor não necessite escolher a fruta. O intuito é evitar ao máximo o manuseio da fruta no varejo;

▶ Evitar os ferimentos para impedir o desenvolvimento de microorganismos;

▶ Controlar a umidade relativa do ar nas áreas de exposição e armazenamento;

▶ Os pedidos devem ser suficientes para atender à demanda imediata;

▶ Adotar os mesmos cuidados higiênicos nos hortifrutis mantidos nos setores de

padaria e de açougue, por exemplo;

▶ A mistura de produtos velhos e novos deve ser proibida;

▶ Exija do seu fornecedor a obediência às exigências legais que regulam as embalagens, a rotulagem e a classificação de frutas e hortaliças;

▶ Dê preferência ao produto produzido através das boas práticas de produção agrícola.

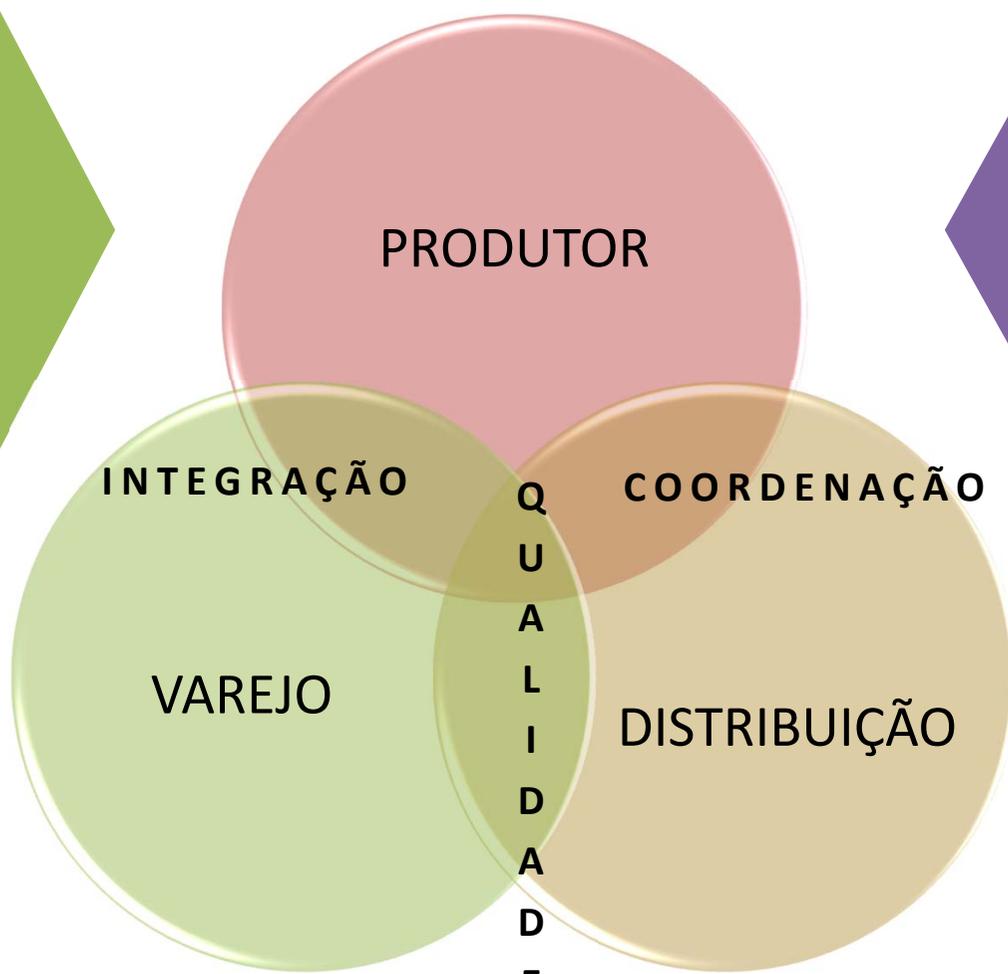




**Hf**  
Brasil



USP



Prof. Margarete Boteon





**Hf**  
Brasil



USP



Prof. Margarete Boteon



**Hortifruti**  
Brasil



**Hf**  
Brasil



**USP**

A quem cabe **coordenar e integrar** a cadeia tornando-a mais sustentável?

Temos boas iniciativas na cadeia, porém **isoladas**, mas temos que ter uma perspectiva mais ampla em pró da modernidade do setor.



**Hortifruti** Brasil



Obrigada!

[margo.boteon@gmail.com](mailto:margo.boteon@gmail.com)

**Hortifruti**