



## USP ESALQ – ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Veículo: Folha de São Paulo

Data: 4/1/2011

Link: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ribeirao/ri0401201113.htm>

Caderno / Página:

Assunto: Baixa oferta faz preço da laranja subir 171%

## Baixa oferta faz preço da laranja subir 171%

Aumento foi registrado entre o segundo semestre de 2010 e o mesmo período de 2009

### VENCESLAU BORLINA FILHO

DE RIBEIRÃO PRETO

O preço da caixa de laranja teve uma valorização histórica de 171,2% no segundo semestre do ano passado, segundo levantamento do Cepea (Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada) da Esalq (Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz), da USP.

O percentual corresponde ao comparado com o mesmo período de 2009, quando o valor da caixa de laranja de 40,8 quilos pago pela indústria saltou de R\$ 5,59 para R\$ 15,16. Já no ano, a valorização da fruta foi de 100%. A série foi iniciada em 1995.

Segundo especialistas, a baixa oferta de laranja no Estado foi a principal alavanca para o resultado. Somente na região de Ribeirão Preto, a queda na produção foi de 109,24 milhões de caixas em 2009 para 90,12 milhões na atual safra.

Apesar do preço favorável, o economista Marcos Fava Neves, da FEA/USP (Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto), acredita que o preço pago aos citricultores não deve se sustentar por muito tempo.

"O preço foi bom para ajudar citricultores a pagar suas dívidas e a renovar um pouco os pomares, mas não se sustenta por muito tempo, pois faz com que o suco concentrado fique muito caro e ocorra perda de mercado para outros sucos", disse Neves.

### SEM LUCRO

O presidente da Associtrus (Associação Brasileira de Citricultores), Flávio Viegas, disse que o valor pago pela caixa de laranja na safra foi bom, mas apenas suficiente para cobrir os gastos dos citricultores. "Não houve remuneração ao produtor. Ele [o preço] trouxe apenas um alívio por causa das dívidas." O citricultor Otto Henrique Mahle Neto, 36, disse que não registrou perdas, mas que também não obteve lucro. "Foi um ano de empate. O preço esteve bom, mas não o suficiente para cobrir os custos e gerar lucro."

Por causa do contrato que mantinha, Mahle Neto vendeu cada caixa de laranja por R\$ 14. "Quem optou pelo spot [venda na porta da fábrica] teve mais vantagem. Agora, para a nova safra, vou aguardar o que será mais vantajoso", afirmou.