

COMÉRCIO MUNDIAL DE LÁCTEOS

e a participação brasileira



O mercado mundial de lácteos possui algumas características peculiares. Uma delas é o pouco volume de mercadorias transacionadas, entre 5 e 7% da produção mundial de leite, que se estima ter passado de 660 milhões de t. Outra característica muito comum ao agronegócio do leite é quanto à sua regionalidade de produção e consumo. Na Europa, por exemplo, cerca de 60% do leite produzido é consumido no próprio continente, o mesmo ocorrendo nos Estados Unidos e Canadá.

O leite é produzido em todos os países do mundo. É proveniente principalmente de vacas, mas contribuem também as pecuárias caprina, ovina e até mesmo as fêmeas da família dos carmelídeos, comuns nas regiões desérticas do Saara, na cordilheira dos Andes, e no interior da Ásia. A pecuária bovina representa 85% do leite produzido no mundo.

O arranjo do agronegócio do leite possui uma estrutura concentrada, tanto da produção quanto do consumo. Entre os principais países produtores de leite, os Estados Unidos representam 12,6% da produção mundial, ou seja, o dobro do segundo colocado, a Índia. Ele possui também um grande mercado consumidor e, juntamente com a União Européia, dita os preços das principais *commodities* lácteas transacionadas. A Índia, apesar da grande produção, não participa efetivamente no

comércio internacional de lácteos. A Rússia, quarto maior produtor, é identificada como uma região que, similarmente ao Brasil, têm grandes condições de aumentar tanto a produção quanto o consumo.

Os países em desenvolvimento que aparecem entre os 15 maiores produtores de leite no mundo possuem perspectivas futuras diferenciadas. O México, apesar de ocupar a décima quarta posição em produção, ocupa a segun-

da posição na lista dos países importadores. O Brasil é o sétimo maior produtor de leite do mundo com uma produção acima de 25 milhões de t, respondendo assim por 3,8% da produção mundial de leite. Registrou uma média de crescimento na produção de 2% ao ano entre 1980 e 2007.

O Brasil se mostra competitivo no mercado lácteo mundial pelo fato de apresentar um dos menores custos de produção, em razão de predominar a ex-



Sistema a pasto, com custos reduzidos, faz o Brasil ser competitivo no mercado lácteo mundial

Arquivo BB



O ambiente de produção, de negócios e consumo no setor leiteiro vem sofrendo mudanças. Sua dinâmica não é a mesma de 10/15 anos atrás. Neste artigo, especialistas analisam o atual momento e fazem projeções

ploração a pasto. Além disso, o País apresenta grande capacidade de aumento de produção, tanto na horizontal quanto na vertical. Na horizontal, o País possui 105 milhões de ha a serem incorporados de maneira sustentável à produção. Isso, somado a outras vantagens, como o clima e o solo, aumentam sua capacidade produtiva.

Quanto à capacidade vertical, com o aumento da produtividade por meio do melhoramento genético, nutricional e de manejo, o País poderá se tornar uma das grandes potências na produção mundial de lácteos. Além dessas vantagens, se soma um potencial mercado consumidor, já que o consumo *per capita* não é superior a 140 litros/hab./ano. No entanto, o Brasil está abaixo da média de consumo recomendado pela Organização Mundial de Saúde, que é de 175 litros/hab./ano.

CONSUMO GANHA NOVOS IMPULSOS - Para aumentar o otimismo em relação ao setor lácteo brasileiro, em 2004 o País obteve superávit na balança comercial, historicamente, deficitária. No ano de 2003, a balança comercial de lácteos teve saldo negativo de US\$ 63,8 milhões, com US\$ 48,5 milhões exportados e US\$ 112,3 milhões de produtos importados. Em 2004, o Brasil exportou US\$ 95,3 milhões e importou US\$ 83,9 milhões, gerando um saldo positivo de US\$ 11,4 milhões.

Ao mesmo tempo, o consumo brasi-

leiro de leite e derivados teve um incremento de 2,7% no ano de 2007, enquanto o consumo nos países desenvolvidos apresentou um aumento de 0,5%, apenas. Ainda, nos países em desenvolvimento dos continentes

Ásia, América Latina e África, o consumo tende ao crescimento. Da Ásia se espera o maior crescimento do consumo, assim como também da produção. Vários países do continente têm feito intensa propaganda para aumentar o consumo de lácteos, principalmente China, Tailândia e Vietnã. O consumo de lácteos está diretamente relacionado com o aumento da renda. Se a expectativa de crescimento da economia mundial prevista em 4,2% para 2006/2009 se confirmar, o crescimento da produção e do consumo deverá acompanhar esta tendência.

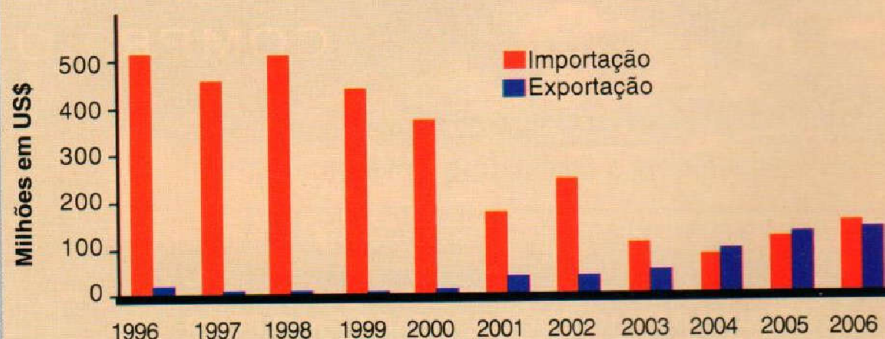
Soma-se a isso a oferta de novos produtos, tais como os alimentos funcionais à base de leite, o leite com controle

de lactose, as linhas de produtos específicas para gestantes, recém-nascidos e adolescentes, entre outras. Considerando que 90% dos orientais apresentam intolerância à lactose, esses novos produtos podem agregar um enorme continente de novos consumidores. Ainda, a expansão do comércio exterior de lácteos depende não somente da expansão do consumo, mas também do acesso a novos mercados.

O mercado internacional de lácteos é um dos mais distorcidos do mundo, ocupando o primeiro lugar em subsídios às exportações. Os preços internacionais de lácteos refletem as práticas de subsídios e dumping realizadas por países desenvolvidos, com destaque para a União Européia e os Estados Unidos, regiões que concentram os maiores mercados consumidor e produtor de lácteos do mundo. Os produtos agropecuários estiveram, durante 50 anos, fora das agendas de negociações da abertura comercial.

A ausência de regras do comércio agrícola internacional fez com que proliferassem medidas de proteção, por meio de subsídios diretos e indiretos, além de

FIGURA 1
BALANÇA COMERCIAL DE LÁTEOS NO BRASIL - 1996/2006



Fonte: Secex/MDIC - Elaborado pelos autores



Os Estados Unidos representam 12,5% da produção de leite do mundo e são o maior mercado consumidor

barreiras sanitárias e tarifárias. A consolidação da União Européia veio intensificar o protecionismo agrícola, causando uma contrapartida imediata dos Estados Unidos. Isso causou distorções ainda maiores nos preços de commodities agrícolas, em especial os lácteos.

As propostas feitas por estes países na tentativa de diminuição dos subsídios são tímidas. O Japão é o mais reticente quanto ao setor agrícola, chegando a propor na Organização Mundial de Comércio abertura internacional apenas para produtos industriais, nos quais é competitivo. São propostas como estas que deixam dúvidas se realmente os países desenvolvidos querem mesmo praticar abertura comercial. É nesse cenário de poucas oportunidades de abertura comercial que o agronegócio brasileiro do leite logrou, sem protecionismo e sem subsídio de qualquer natureza, superávit na balança comercial.

AUMENTAM EXPORTAÇÕES; CAEM IMPORTAÇÕES

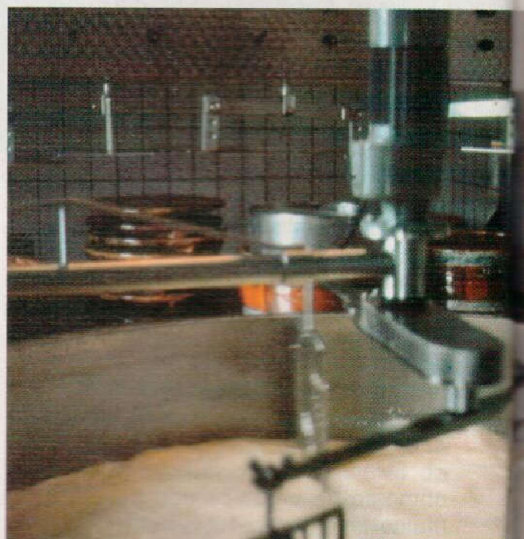
Em dez anos, as vendas externas de lácteos aumentaram 1043% em volume, e as importações diminuíram 71,5%. Em 1996, o Brasil exportava para apenas 15 países: em 2006, este número passou para 96 países nos cinco continentes. Quanto aos países fornecedores de lácteos para o Brasil, tanto o número de países fornecedores quanto os valores das importações diminuíram. Em 1996, o Brasil importava lácteos de 33 países e, em 2006, de 20.

Pelo que se observa na Figura 1, a balança comercial brasileira de lácteos deixa explícita a marcante baixa nas importações seguida de constante alta das exportações a partir de 1999. Analisando este comportamento, pode-se afirmar que as importações de lácteos ficam restritas a alguns produtos específicos. Outro fato importante é que o setor está se consolidando no mercado internacional e a grande lição de 2004 é a capacida-

de do setor em superar obstáculos, achar, expandir e manter mercados.

As importações brasileiras de lácteos, no período de 1996-2006, tiveram a seguinte performance: O Brasil importou 2,4 milhões de t de produtos lácteos, provenientes principalmente da América, Europa e Oceania. No mesmo período, o País enviou para o Exterior 368 mil t de produtos lácteos. Das importações, 87% dos produtos vieram do continente americano, sendo 47,5% do volume total da Argentina, 29,9% do Uruguai e os restantes 9,7% dos Estados Unidos, Canadá e Paraguai.

O comportamento das vendas externas no período analisado demonstra uma certa descontinuidade. Nos anos de 1997 e 1998, houve uma retração das vendas. No ano de 1999, teve início uma recuperação, atingindo 32% de aumento das exportações, em relação a 1998, a qual persistiu até 2004, quando se obteve o superávit da balança comercial. Houve uma série de três anos consec-



Queijos: o segundo produto mais importado da Europa

FENO SANTA HELENA.
QUEM CONHECE BEM SUA CRIAÇÃO
COMPRA O MELHOR FENO.

GARANTIA DE ESTOQUE: MESMO NO PERÍODO DE SECA, SEU REBANHO PODE CONTAR COM O FENO SANTA HELENA. QUALIDADE O ANO INTEIRO. MUDAS E FENO DE TIFTON 85. ENTREGAMOS EM TODO O PAÍS.
 RODOVIA MG 164, KM 125 - BOM DESPACHO - MG
 WWW.FENOSANTAELENA.COM.BR
 TELEFONES: (37) 9985-1800 / (37) 3522-6090



tivos de crescimentos acima de 100%, em relação ao ano anterior.

Em 2003, a série de crescimentos acima de 100% é interrompida, registrando aumento de 10%. Em 2004, o crescimento foi de 96%, quando o setor exportou US\$ 95,3 milhões com volume de 68 mil t, alcançando superávit comercial. Em 2006, o País aumentou ainda mais as exportações, atingindo um total de 89 mil t, porém voltou a ter déficit na balança comercial.

No período analisado, houve, em média, uma baixa dos preços recebidos pelos exportadores. Os preços oscilaram, havendo aumentos e decréscimos. Na média dos anos em estudo e considerando os preços recebidos como a divisão dos valores pagos pelo volume exportado de todos os preços, os preços foram de US\$ 1.705/t, com um decréscimo de 4,5% ao ano. Contudo, os preços de 2003 cresceram 8,8% e, em 2005, 28,1%. A melhoria dos preços internacionais em 2003 e 2004, somada à grande vitalidade da exportação, explica o superávit da balança comercial brasileira em 2005 e 2006.

O entusiasmo com o potencial brasileiro de exportação de lácteos fica majorado quando se registram grandes elevações dos preços dos produtores lácteos no final do ano de 2006. Essa tendência prossegue no ano de 2007, puxada pela redução de ofer-

ta e aumento da demanda de lácteos no mercado internacional.

PAÍSES VIZINHOS E AFRICANOS: MAIORES COMPRADORES - O continente americano é o principal destino dos produtos lácteos brasileiros, detendo, no período analisado, cerca de 50% das exportações. No ano de 2006, o Brasil exportou 50 mil t de produtos lácteos para a América, enquanto no ano de 2005 o Brasil exportou para o continente americano 33 mil t,

o que representa um aumento de 51,5%. Mesmo assim, o Brasil registrou um grande déficit na balança comercial de lácteos em relação ao continente americano. As importações totais do continente somaram, em 2006, US\$ 154,7 milhões, ou seja, um déficit na balança de US\$ 16,2 milhões.

O comércio com a Europa e Oceania representou 1,3% e 0,2% do total do comércio de lácteos no período entre 1996 e 2006, respectivamente. O Brasil é um

LEITE CONDENSADO: O PREFERIDO

O leite condensado é o principal produto da pauta de exportações de lácteos brasileiros, chegando a representar mais de 50% do volume de tudo que o Brasil exportou entre 1996 a 2006. Houve um aumento das exportações de 5.074% no período. De 1996 a 1998, o principal destino do leite condensado brasileiro foi o Paraguai, com mais de 90% das vendas externas deste produto. Em 1999, Angola passou a ser o principal comprador, com uma participação de 61% do volume exportado naquele ano, ficando o Paraguai com 32% e o Chile com 4,5%.

De 1996 a 1999, eram 10 os países importadores de leite condensado brasilei-

ro. Em 1999, esse produto passou a ser o principal produto na pauta das exportações de lácteos, passando à frente do leite em pó. Em 2001, o nosso leite condensado chegou a 18 países. Em 2002, de tudo que o Brasil exportou em lácteos, 57% foi representado pelo leite condensado. O número de países importadores passou de 18 para 35, em quatro continentes, à exceção da Oceania. Angola, neste ano, comprou 42% do volume ofertado, seguido dos Estados Unidos, com 20%.

No ano de 2004, o número de países importadores de leite condensado brasileiro passou para 55, atendendo países como Angola, Estados Unidos, Trinidad e Tobago, Azerbaijão, Líbano, Ilhas Maurício, Turcomenistão, Emirados Árabes, Nova Zelândia, Cuba, Argélia e Alemanha. O Brasil arrecadou só com leite condensado US\$ 26 milhões, sen-

do 31,2 mil t a um preço médio de US\$ 833,33/t. Em 2006, o leite condensado brasileiro foi exportado para 63 países, arrecadando um total de US\$ 59,7 milhões.



Leite condensado do Brasil para 63 países

Kiko de Gouveia



Arguino BB

ENERGIA

Alimente suas bezerras com Leite em Pó Nattimilk

Sucedâneos com os maiores teores de energia do mercado.

Enriquecidos com vitaminas, sais minerais, aditivos, probióticos e prebióticos.

- * Alta inclusão de Proteínas Lácteas e Lactose
- * 100% de Gordura Microencapsulada

Pedidos e informações:

0800 725 1060

Fone: (19) 3252.9599

Fax: (19) 3251.9192



VIDA E NUTRIÇÃO

www.austernutri.com.br

grande importador de lácteos provenientes desses continentes. Portanto, mesmo com todo o avanço nas exportações brasileiras de lácteos, a tentativa de reverter o déficit na balança comercial com aqueles dois continentes para estar distante ainda, principalmente em relação ao bloco europeu, que reticente em relação à diminuição dos subsídios e outras formas de proteção de mercado.

Para a Europa, em 2006, o Brasil exportou o equivalente a US\$ 60 mil e importou US\$ 15,8 milhões, o que resulta num déficit de US\$ 15,8 milhões. O principal produto importado da Europa, em 2006, foi o soro de leite, num volume total de 8,8 mil t, vendido principalmente pela França, com 69,4% do volume total. O segundo produto mais importado do continente europeu foram os queijos, 1,2 mil t, dos quais 23,7% vieram da Holanda.

Com relação à Oceania, em 2006, a balança comercial também acumulou um déficit de US\$ 6,9 milhões quando foi importada a quantia de US\$ 7,1 milhões e exportados US\$ 265 mil. A Austrália enviou ao Brasil 1,2 mil t de soro de leite, sendo o único produto de exportação daquele país para o Brasil em 2006. Da Nova Zelândia partiram dois produtos: o principal foi o leite fermentado, com volume de 190 t (US\$ 426,5 mil), seguido do soro de leite (658 t).

Com 36% dos negócios, a África é o segundo melhor parceiro do Brasil, importando cerca de 129,8 mil t de produtos entre 1996 e 2006. Neste período os produtos brasileiros tiveram como destino 38 países diferentes no continente. Em 2006, o Brasil negociou com 28 países africanos, exportando um volume total de 26,6 mil t, com faturamento de US\$ 36,9 milhões. Em relação à África e Ásia, houve um superávit de US\$ 36,9

milhões e US\$ 19 milhões, respectivamente. Em relação ao continente asiático, o Brasil sempre obteve superávit na balança comercial de lácteos. Esse mercado representa cerca de 12,5% dos negócios no período de análise.

O principal importador asiático foi as Filipinas que, desde 2001, vem importando creme de leite, leite em pó e queijos, perfazendo um total de 9,4 mil t de produtos. O mercado chinês vem adquirindo volumes crescentes de lácteos brasileiros nos últimos anos. Em 2006 foi negociado o equivalente a

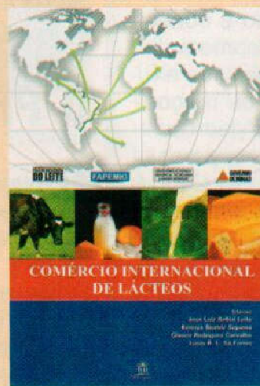
US\$ 783,8 mil em mercadorias, sendo sua principal aquisição o queijo fundido, 229,4 t, representando 99,9% das importações chinesas. ■

Texto redigido por José Luiz Bellini, Glaucio Rodrigues Carvalho, ambos, pesquisadores da Embrapa Gado de leite; Kenya Beatriz Siqueira, pesquisadora do Pólo de Excelência de Leite e Derivados, e Lúcio R. L. Sá Fortes, pesquisador do Centro de Inteligência do Leite. Trata-se de um dos capítulos do livro Comércio Internacional de Lácteos (veja o box).

ENTENDER O CENÁRIO

A dinâmica do agronegócio do leite no Brasil foi profundamente alterada a partir da década de 90. Essa nova dinâmica levou a produção de leite no país a aumentar mais de 123% entre 1985 e 2007, passando de 12,1 para 27 bilhões de litros por ano. O consumo também cresceu, embora em menor índice, 47,8%, entre 1985 e 2007. Com isso, o negócio lácteo ganhou um novo *player* no mundo: o Brasil, que passou a exportar cada vez mais e importar cada vez menos.

Avaliar este cenário é a proposta do artigo aqui publicado e dos 16 capítulos do livro *Comércio Internacional de Lácteos*, que acaba de ser lançado pelo Pólo de Excelência de Leite e Derivados, ligado à Secretaria de Es-



São 16 capítulos sobre o tema

tado de Ciência Tecnologia e Ensino Superior de Minas Gerais. O conteúdo, de abordagem bastante diversificada sobre o tema, enfoca com detalhes o cenário comercial de diferentes produtos lácteos no mundo e sua relação com o potencial de produção de nosso país.

Além disso, a abordagem se completa com análises enfocando aspectos como a inserção

brasileira no mercado de lácteos do Mercosul, os impactos da Alca e da Rodada Doha no setor leiteiro, a indústria leiteira da Oceania e o comércio internacional e as perspectivas no mercado mundial de lácteos. São quatro os editores responsáveis pela seleção dos textos: José Luiz Bellini Leite, Kenya Beatriz Siqueira, Glaucio Rodrigues Carvalho e Lúcio R. L. Sá Fortes, os autores do artigo aqui publicado.

CAI-PAN^{mint}

O ORIGINAL



LINIMENTO CREMOSO

35% do puro óleo de menta de origem japonesa

Produto importado da Dinamarca

PRODUTO NATURAL PARA TRATAMENTO DE MASTITE



- Totalmente natural e não contém nenhum tipo de antibiótico
- Rápido início de ação após a primeira massagem
- Utilizado há mais de 20 anos por milhares de produtores de leite na Europa e no resto do mundo
- Não desperdice o leite das vacas em tratamento
- Excelente para tratamento de edema pré e pós parto
- Reduz a contagem de células somáticas



(11) 4586-0300

www.tecnofarm.com.br
tecnofarm@tecnofarm.com.br

Distribuidor exclusivo
para América Latina

BALDE BRANCO



BALDE BRANCO

Troféu Agrileite para a melhor revista do setor leiteiro, pela sétima vez!

Como é produzir leite na Suécia

O Brasil e o comércio mundial de lácteos

Como vai a saúde de nossos ordenhadores

O potencial leiteiro das vacas mestiças

RAÇA

Um novo criatório Jersey põe as caras no mercado em Minas. Sua proposta de criar animais funcionais, valorizando tipo e produção, já é destaque entre criadores

